il direttore

Alberto Lupini

Manca il personale Stagione a rischio

Fisco e formazione per salvare il turismo

Il numero fa impressione: fra camerieri, cuochi, pizzaioli, bagnini, pasticceri o guide, nel mondo del turismo mancano 380mila addetti. L'allarme era stato lanciato già un anno fa, quando alla ripartenza estiva ci si rese conto che tanti professionisti del comparto avevano cambiato lavoro durante la pandemia e non intendevano tornare nei ristoranti o negli hotel. Alla fine, però, poco o niente è stato fatto e oggi, in pieno boom di presenze nelle città d'arte come sulle spiagge o in montagna, rischiamo di pagare un prezzo altissimo con un calo inevitabile dei servizi. Davvero un disastro annunciato per aziende che rappresentano da sole il 15% del Pil, e con l'indotto quasi un terzo dell'economia italiana.

C'è chi, a mali estremi, trasforma il suo hotel in un b&b, illudendosi che esternalizzare il lavoro possa essere una soluzione. O chi crede, spinto magari da meritevoli obiettivi umanitari, che si possano sostituire persone con esperienza con i profughi ucraini o nordafricani senza nessuna preparazione specifica.

Insomma, quand'anche si riuscisse a tamponare in qualche misura, anche con giovani studenti o pensionati, resta il fatto che all'appuntamento con la stagione estiva le aziende del turismo arrivano con seri problemi di gestione e col rischio di non riuscire a soddisfare la domanda. Eppure si sarebbero potute fare molte cose nei mesi scorsi, a partire da interventi fiscali e previdenziali per favorire un aumento degli stipendi di addetti che, non a caso, a parità di reddito, ma con serate e fine settimana liberi, hanno preferito diventare magazzinieri...

Il tutto senza dimenticare che ci sono due esigenze diverse: da un lato coprire periodi o picchi di affluenza (e su questo la situazione era già precipitata da quando, in maniera folle, la politica aveva cancellato i voucher), dall'altro lato garantire una preparazione e una motivazione adeguate al personale fisso.

Certo alla base di questa disaffezione verso il mondo dell'Horeca ci possono essere turni di lavoro pesanti o disillusioni dopo aver scoperto che la realtà non è quella idealizzata da MasterChef o dai cuochi star della tv come Cracco. E c'è pure un sistema formativo assolutamente inadeguato o l'aver quasi consolidato il fenomeno del lavoro in nero attraverso il "disincentivo" del reddito di cittadinanza. Per non parlare della mancanza di spirito di sacrificio e di voglia di imparare che si riscontra a volte in alcuni giovani. Di tutto ciò ci hanno parlato tutti i rappresentanti del comparto nell'inchiesta che abbiamo svolto nelle scorse settimane, ma alla base resta l'urgenza assoluta di riqualificare questi lavori (ridandogli status, motivazioni e piacere di lavorare) e in questa fase tocca alle istituzioni fare il primo passo rinunciando a parte delle imposte a carico delle aziende per trasferirle ai dipendenti.

Nel settore turistico mancano 380mila lavoratori, proprio mentre l'Italia torna ad essere una delle mete preferite dai turisti di tutto il mondo. Tocca alle istituzioni fare il primo passo e riqualificare le professioni

Per i tuoi commenti cerca il codice 87296 su **www.italiaatavola.net**

In copertina

I fratelli Rota, pur giovanissimi, hanno preso le redini dell'azienda di famiglia con l'entusiasmo e la determinazione di chi è convinto che «se lavori tanto e bene prima o poi realizzi gli obiettivi desiderati»

Sommario

56

92

146

CERCA GLI APPROFONDIMENTI SU WWW.ITALIAATAVOLA.NET

Questo simbolo in coda a un articolo indica che sul quotidiano online www.italiaatavola.net ci sono versioni più ampie del testo, approfondimenti o gallery fotografiche consultabili inserendo nel campo cerca per codice o parola chiave il numero che lo affianca.

Questo simbolo indica che c'è un video

Rocco Pozzulo
Presidente Nazionale Fic

Unione e confronto

Anche le associazioni possono portare la pace

Drammatica e molto toccante l'intervista di un sindaco di una piccola cittadina ucraina trasmesso dalle reti televisive. L'intervistato oltre che raccontare paure, devastazioni e morti, elogiava tutta la popolazione ucraina che, nonostante la consapevolezza della superiorità dei soldati russi e dei loro mezzi bellici, affrontava impavida le truppe nemiche, nella forte convinzione del diritto di essere popolo libero. Bisogna sapere che la popolazione di quello stato martoriato è formata da una varietà di gruppi etnici, il maggiore dei quali è quello ucraino, seguito dalla numerosa minoranza filorussa e altre etnie marginali come bielorussi, rumeni, ungheresi, polacchi, ebrei, armeni, greci e molti altri ancora. Comunque tutti si sono uniti e adoperati per la salvaguardia dei loro diritti e la sovranità territoriale ucraina. Una "unità" e una coesione che ha destato un ampio effetto, non solo nell'opinione occidentale, ma soprattutto negli stessi russi che avevano sottovalutato una popolazione la cui ferrea resistenza è animata solo da tanto orgoglio, volontà e poche armi.

Mi soffermo sul peculiare significato di coesione (anche sociale), di unità di intenti e del senso di appartenenza, in merito a tutto il popolo ucraino nel tragico frangente di guerra, a dimostrazione che è possibile, grazie a certi valori,

poter realizzare "cose" e ambiti altrimenti impensabili. Ritengo che la società, con le loro Istituzioni, gli amministratori e gli enti pubblici, dovrebbero fare sempre gli interessi di tutti, per il bene comune, e non per un "sistema" o a beneficio di pochi, evitando disuguaglianze e discriminazioni tra individui, sempre ed esclusivamente per la collettività, specie quella più esposta ed effettivamente debole, principi e valori di ricchezza di una sana e democratica società.

Nella storia e nelle fila della nostra Federazione italiana cuochi si sono verificate, contrapposizioni, errori di valutazione, effettivamente commessi, ne sono testimone in tantissimi anni di militanza nella Fic, ma sempre fatti in buona fede. Dissenso e critica esercitata sempre con senso di responsabilità e di dignitosa collaborazione, anche con difficoltà, ma dove le varie dirigenze in carica hanno dimostrato sempre attenzione, e dando risposte equilibrate e realisticamente efficaci, come ora del resto con la mia gestione, forse anche sbagliando (concedetemelo con molta umiltà e serenità nel cuore), ma sempre nel rispetto delle necessità dei soci e nell'interesse comune. Il risultato di tutto ciò é l'Ente di categoria di cui disponiamo oggi, e la sua ragione di essere.

Prendiamo esempio dagli amici ucraini e dalla loro drammatica situazione, ricordando sempre che tutto si può risolvere purché ci sia volontà, unità di intenti e interessi comuni, solo al disfattismo, alla distruzione e alla morte dell'essere non c'è rimedio.

Per i tuoi commenti cerca il codice 86969 su **www.italiaatavola.net**

Enrico Derflingher

Presidente Euro-Toques International e Italia

Sostenibilità e tracciabilità: è il momento di “From Farm to Fork”

Il convegno “From Farm to Fork” che si è svolto in maggio a Milano sulla sicurezza alimentare, sulla sostenibilità e la provenienza certificata del nostro cibo è stato un importante momento di conferma della strada che abbiamo intrapreso. Non solo un cammino sulle ali dorate di un'idea e di un progetto sacrosanti, ma anche una doverosa difesa del nostro mondo agroalimentare che, lo ripetiamo a oltranza, costa ai nostri prodotti oltre 100 milioni di dollari di contraffazioni e imitazioni sui mercati esteri.

È quindi un imperativo categorico promuovere e valorizzare il nostro patrimonio enogastronomico, garantito e certificato, partendo dalla salubrità e dalla sostenibilità delle filiere agroalimentari che danno vita alle produzioni tra le più virtuose d'Europa. A monte, con la benedizione del Parlamento europeo, la strategia “From Farm to Fork”, volta a garantire entro il 2030 alimenti sani e sostenibili anche dal punto di vista economico e sociale in tutti i Paesi della Ue. Un progetto “dal produttore al consumatore”.

L'obiettivo finale è una filiera corta che metta al centro un legame tra persone sane, società sane, animali sani e un pianeta sano. In questo contesto il nostro ruolo è fondamentale e cruciale nell'attenersi ai principi basilari della tracciabilità. È fondamentale guardare al futuro cercando strade e iniziative che siano a supporto dei piccoli produttori sui territori che fanno dell'eccellenza il loro marchio di distinzione, la cui difesa è da sempre il fiore all'occhiello di Euro-Toques.

In questo contesto, tra gli obiettivi primari da perseguire anche la riduzione della perdita e dello spreco di cibo. E anche in questo ambito il nostro ruolo e il nostro esempio devono essere trainanti. Come Euro-Toques siamo orgogliosi di essere stati scelti dal Parlamento europeo, con cui collaboriamo attivamente, per portare ancora una volta la nostra testimonianza gastronomica. In settembre saremo ancora a Bruxelles per proporre il modello di cucina sana e giusta, asse portante del progetto “From Farm to Fork”.

Per i tuoi commenti cerca il codice **87049** su **www.italiaatavola.net**

Sal De Riso

Presidente AMPI

Il rapporto con i fornitori: uno scambio reciproco per crescere insieme

I fornitori delle materie prime, per un pasticcere, sono importantissimi e spesso sono frutto di una selezione accurata negli anni. Una volta identificato il tipo di prodotto che risponde agli standard richiesti seguono dei precisi accordi commerciali, sempre vincolati alla corretta resa e alla qualità del prodotto stesso, che dev'essere eccelsa: un concetto che vale per tutte le tipologie di prodotto, dai liquori al cioccolato, dalle farine al miele.

Con alcune aziende con cui si collabora da anni - perché si è soddisfatti nel tempo dalla qualità di prodotto rimasta immutata, ma anche di quella del servizio e della disponibilità dimostrata, requisiti anch'essi molto importanti - si può arrivare a modificare i prodotti secondo le proprie esigenze, dando loro degli spunti e il contributo della propria esperienza.

Un altro esempio può essere la richiesta all'azienda di fare un nuovo prodotto, con le indicazioni e i consigli su come realizzarlo. Questo tipo di sinergia funziona nei due sensi: l'azienda si avvale dell'esperienza ed expertise sul campo del pasticciere, una sorta di R&D (ricerca e sviluppo) gratuiti, e può realizzare nuovi prodotti che verranno acquistati anche da altri, fornendo da parte sua prodotti pensati ed esplicitamente realizzati per le specifiche esigenze dell'artigiano.

La ricerca e lo sviluppo di un prodotto nuovo vengono quindi fatti insieme, in una collaborazione proficua. Si va dalla farina alla frutta candita fino al mascarpone. È importante trovare dei produttori di materie prime di alta qualità che siano anche seri, precisi, disponibili e puntuali nelle consegne (il che evita di dover fare lunghi stoccaggi tutelativi): ci sono tante aziende, grandi e piccole, che rispondono a questi requisiti, vale la pena cercarle per garantirsi - e garantire - prodotti eccellenti, sia come resa sia sotto l'aspetto nutrizionale, che fa parte del racconto e della comunicazione dei prodotti al cliente finale.

Salvatore De Riso

Per i tuoi commenti cerca il codice **87205** su **www.italiaatavola.net**

Roberto Lestani

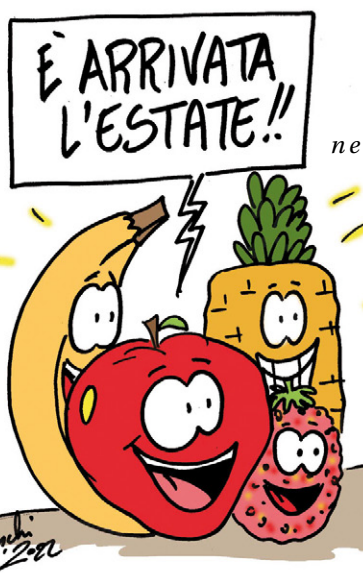
Presidente Fipgc

Estate, tempo di dolci

Come garantire freschezza?

L'alternarsi delle stagioni ci conferma che il mondo del dolce non si ferma mai. L'evoluzione è costante. Basta pensare alla forma degli elaborati di pasticceria. Un tempo erano fogge codificate, oggi grazie alle aziende che producono stampi la creatività estetica non conosce frontiere. Il dolce, ci conferma l'attenzione dei consumatori, è sempre più ricercato oltre che per il gusto per il suo aspetto. Deve essere attraente. Ma anche funzionale.

In questo periodo in cui le temperature si fanno sentire l'attraente lucentezza di molti elaborati è sinonimo di freschezza. L'estate impone comunque di lavorare sul gusto. La frutta, come da copione, è in prima fila. Abbiamo quella fresca, ma anche quella congelata in tetra pak, una purea di frutta che amplia notevolmente il margine di manovra dei professionisti. Per non parlare del cioccolato. Una materia prima che si è ormai sdoganata dalla stagionalità. È un prodotto che si lavora e vende tutto l'anno e la sua declinazione estiva piace e consente di ampliare la gamma di proposte. Anche il gelato si consuma sempre, ma in questo periodo deve avere una marcia in più.

La frutta esotica offre numerose opzioni. Come in pasticceria, anche in gelateria la purea di frutta si rivela una garanzia: conferisce stabilità al gusto. Sicurezza che semplifica l'organizzazione sul lavoro e permette una maggiore concentrazione nell'ambito delle diverse fasi operative. Un altro spunto di riflessione che riguarda la gelateria artigianale è offerto dai ghiaccioli personalizzati con polpa di frutta fresca. La creatività premia, ricordiamocelo. Formazione, studio e ricerca costanti sono gli alleati fedeli dell'artigiano che gli consentono di soddisfare le esigenze di un mercato sempre in movimento. Gli operatori possono contare a monte sul formidabile supporto delle aziende, le cui divisioni ricerca e sviluppo sono impegnate per assicurare produzioni ad alto contenuto di servizio ed elevato valore aggiunto. Tutti questi elementi compongono il mosaico che il professionista va a realizzare in laboratorio. Una sinergia di elementi che si trasforma in business.

Per i tuoi commenti cerca il codice **86971** su **www.italiaatavola.net**

Angelo Musolino

Presidente Conpait

L'importanza della qualità nei nostri prodotti dolciari

Per noi pasticceri, oggi più che mai, si punta sulle eccellenze territoriali per elevare la qualità dei prodotti. Il cliente giustamente pretende il meglio e la scelta deve ricadere sulle attività che possono (e vogliono) offrire ciò. In ogni singola regione le certificazioni Dop e Igp agroalimentari si moltiplicano. Proprio questo stretto legame tra la forte passione per il lavoro e il grande amore per il territorio in cui si vive, fa sì che ogni giorno si possano creare dolci che tutto il mondo ci riconosce, apprezza e invidia.

Perché rappresentano l'eccellenza della produzione agroalimentare europea e sono il frutto di una combinazione unica di fattori umani e ambientali specifici di un determinato territorio. Possiamo sicuramente dire che i prodotti Dop e Igp hanno una qualità superiore, garantita da lavorazioni tradizionali ed esperte, tramandate nel tempo, che assicurano la perfezione in ogni minimo dettaglio del prodotto. I dolci diventano dunque veri e propri segni distintivi dei nostri paesi e delle nostre città. E poi per mantenerci in buona salute. Non è un segreto: mangiare cibi italiani di qualità, genuini e di provenienza garantita non rende immortali ovviamente, ma ci aiuta sicuramente a mantenere in buono stato di salute il nostro corpo e il nostro spirito. Diventa indispensabile e importante scegliere il produttore giusto.

Come in ogni squadra di calcio esiste il giocatore più dotato e talentuoso, anche tra i pasticceri probabilmente è così. Ed oltre alla scelta di materie prime eccellenti, si cerca di adottare lavorazioni semplici e tradizionali ma soprattutto si amalgamano tutte queste peculiari caratteristiche con una straordinaria passione, competenza e abilità nel creare veri e propri capolavori gastronomici. Nei corsi di formazione continui, che Conpait sostiene da tempo, tra i primi passaggi che si ribadiscono ai colleghi pasticceri vi sono la scelta dei prodotti e la qualità da offrire, proporre e scegliere. Per sé stessi, per le attività. E per i clienti.

Per i tuoi commenti cerca il codice **87219**
su **www.italiaatavola.net**

Ezio Indiani

Delegato nazionale Italia EHMA

Serenità e resilienza psicologica per chi lavora nell'accoglienza

La salute mentale e l'angoscia sono la pandemia all'ombra della pandemia del Covid-19. Uno studio condotto quest'anno da Axa sulla salute e benessere mentale evidenzia che il Covid ha avuto un effetto particolarmente elevato sulla salute mentale dei lavoratori in prima linea. Le professioni nel mondo dell'ospitalità sono tra le più colpite. La pandemia ha aumentato la pressione su singoli lavoratori, team e dirigenti all'interno di un settore già fortemente stressato: è stata la goccia che ha fatto traboccare il vaso. Di conseguenza, il considerevole costo umano di una cattiva salute mentale sul lavoro ha avuto un profondo impatto sulla società e sull'economia, poiché i dipendenti sono meno efficienti, meno produttivi o, anzi, malati.

L'Italia è l'unico Paese europeo in cui molte più persone tendono ad auto-diagnosticarsi la malattia mentale piuttosto che ricorrere alla consulenza professionale degli operatori sanitari e noi italiani siamo tra i meno propensi in Europa a cercare sostegno nella famiglia tra gli amici se ci viene diagnosticata una malattia mentale. In effetti, il mondo è cambiato irrimediabilmente e non possiamo più tornare indietro. Coloro che sopravvivono e prosperano sono coloro che supportano il proprio personale e i team a sviluppare una maggiore resilienza psicologica.

In Ehma (European hotel managers association) siamo supportati da Marco Truffelli, un collega nel mondo dell'ospitalità e studioso di salute mentale, che ha collaborato con Janet Ferris, una stimata psicologa clinica, ed assieme hanno fondato Resilire, uno studio di fitness e resilienza psicologica specializzato nei settori dell'ospitalità e del terziario. Resilire applica la metodologia di Elinor Ostrom - premio Nobel per l'economia - per comprendere come i team lavorino meglio assieme e, combinandola con la scienza psicologica consolidata, consente di effettuare cambiamenti positivi e sostenibili. Questa metodologia viene chiamata "prosociale". Resilire crede che un team coeso e capace di vivere all'unisono sia più performante, in modo sostenibile, di un team che incoraggia l'individualismo e disperde le energie. Con Resilire, il settore dell'ospitalità può concentrarsi sull'aggiunta, anziché sulla sottrazione, e sulla risposta, anziché sulla reazione, per attrarre ed educare i professionisti di oggi e di domani.

Per i tuoi commenti cerca il codice **87024** su **www.italiaatavola.net**

Francesco Guidugli

Presidente Solidus

Il futuro del turismo dipende dalle persone

L'Italia è un paese ospitale, gli italiani un popolo che sa ospitare. La nostra ospitalità è apprezzata da tutto il mondo. Il nostro Paese possiede tesori di valore inestimabile e patrimoni dichiarati dell'Umanità. Mare, montagne, paesaggi, borghi, città d'arte, cibi, vini di eccellenza. Abbiamo un altro tesoro, un altro patrimonio che non va disperso e che è parte integrante del successo del turismo del nostro Paese. Sono i tanti lavoratori e professionisti che operano giorno e notte nei nostri alberghi, stagionalmente in luoghi e località spettacolari, oppure tutto l'anno su tutto il territorio nazionale, nelle città, ovunque.

Senza di loro, le vacanze o i viaggi di lavoro non sarebbero gli stessi. Spesso chi torna a casa, oltre alle bellezze viste e visitate si porta a casa il ricordo di un buon albergo, perché il personale ha fatto la differenza nell'accoglienza, nell'ospitalità. Chi opera nel settore dedica il suo tempo e la sua vita "per fare sentire come a casa" il proprio ospite, per regalargli un'esperienza, per assicurargli igiene e pulizia durante il soggiorno, perché si sente responsabile del suo benessere.

Come fare a meno di loro. Alberghi senza personale lasciamoli fare a chi non si intende e non sa fare ospitalità. Impieghiamo, invece, il nostro tempo, utilizzando le nostre esperienze e capacità per trovare idee vincenti, per trovare delle soluzioni affinché si possano risolvere una volta per tutte le problematiche di ogni genere che ostacolano il nostro Paese nell'essere nuovamente capofila del turismo mondiale, affinché si possa assicurare un futuro migliore e di rinnovata passione a chi vuole intraprendere o mantenere la strada del lavoro nelle tante professioni che il settore offre.

Si rende necessario unire le forze di tutti, istituzioni, forze politiche, sindacati, associazioni di categoria, associazioni professionali, scuole alberghiere, lavoratori e non lasciare più nulla al caso, ma, discutere, dialogare, confrontarci, essere tutti consapevoli che il turismo e l'ospitalità creano benessere, sviluppo ed hanno un futuro e il loro futuro lo abbiamo in mano tutti noi, ora più che mai. Solidus è pronta a dare il suo contributo.

Per i tuoi commenti cerca il codice **87072** su **www.italiaatavola.net**

le 5 Stagioni

MORA

AGUGIARO & FIGNA S.P.A.

Storie di farina

Mora

Farina integrale da macinazione extravergine

FARINA A TUTTO CORPO, CALIBRATA PER TUTTI I LIEVITATI, CONFERISCE LEGGEREZZA, APPORTA SAPORE DOLCE E PULITO

10 kg

Combina sapore intenso piacevolmente dolce con caratteristiche tecniche equilibrate per una lavorabilità tradizionale. Offre un sapore caratteristico, pieno e dolce che risalta nella degustazione dei prodotti da forno.

Giacomo Rubini
Vicepresidente vicario Amira

Empatia, sintonia ed emozioni
Quello che ci vuole per essere un maître d'hotel

Il titolo maître d'hotel appare verso la fine del 1800 durante la modernizzazione messa in atto nel mondo alberghiero da César Ritz. Fu creata la brigata, ossia una scala gerarchica dei compiti di sala con a capo il maître d'hotel. La figura del maître d'hotel è di rilevante importanza per elevare la qualità del servizio e per valorizzare i piatti elaborati dallo chef. Sue sono le doti nelle modalità di sapersi presentare, di saper comunicare, di far rispettare i ruoli e le mansioni, e di essere un vero leader in grado di condividere gli obiettivi con tutti i collaboratori. Al maître d'hotel sono richieste empatia, sintonia ed emozioni.

Gli ospiti che frequentano un ristorante raffinato riconoscono la cura dei particolari, l'etica e il bon ton degli addetti al servizio e sanno che a dirigerli con maestria altri non può essere che un bravo maître capace di soddisfare le loro aspettative e richieste. Il maître d'hotel ha l'innato dono di stabilire un velato rapporto personalizzato con il cliente dandogli così l'impressione di essere il destinatario di esclusive accortezze e cure.

Nessun ambiente per quanto curato può sostituire il calore umano e la brillantezza di un servizio impeccabile, fornito da una persona che lavora con il cuore e che mostra un sincero interesse per il benessere degli ospiti-clienti. Oggi più che mai è la qualità del servizio al cliente a decretare il successo o il fallimento di una struttura ricettiva. E con il termine servizio si intende la capacità di garantire un livello di professionalità coerente con l'immagine dell'azienda. Quello del maître d'hotel è un lavoro molto impegnativo, ahimè non sempre correttamente valutato e valorizzato. Tanti lo ambiscono ma pochi lo conoscono davvero. È un lavoro che richiede un continuo aggiornamento enogastronomico che vada a pari passo dell'evoluzione degli usi, dei costumi, degli stili di vita e dell'alimentazione.

Il maître d'hotel ha un ruolo primario nell'accogliere il cliente, nell'essere un public relation man, nel saper allestire con eleganza un evento, nell'essere un designer nel creare la giusta scenografia di un banchetto e nel conferire all'ambiente un tono raffinato ed elegante. Da non sottovalutare sono anche le tecniche di marketing e di budgeting. Il maître d'hotel odierno oltre ad acquisire un diploma professionale deve aver svolto degli stage pratici e lavorativi (in Italia e all'estero) e deve anche aggiornarsi frequentemente con corsi specifici per apprendere le continue tecniche e conoscenze inerenti al ruolo di Maestro di sala e dell'ospitalità. Un maître d'hotel degno di ricoprire il suo ruolo vanta un'umiltà che compensa la sua padronanza di sé e lo stimola a voler dare sempre il meglio e ad ammettere che non si è mai finito di imparare.

Per i tuoi commenti cerca il codice **87142** su **www.italiaatavola.net**

Bernardo Ferro

Presidente Abi Professional

L'accoglienza non è solo sacrifici, ma anche gratificazioni

Cari associati Abi Professional, come ogni mese il mio pensiero vola a voi e alla nostra pregevole associazione. Nello scorso editoriale ho voluto affrontare il difficile tema della ricerca di personale qualificato da parte di locali e strutture alberghiere a causa dei "sacrifici" che è necessario sostenere in questo lavoro. Tuttavia, mi preme ora mostrarvi l'altro lato della medaglia: se vero è che per ottenere soddisfazioni sovente bisogna affrontare ritmi estenuanti, sopportare viaggi e trasferte e magari lavori stagionali, certo è anche che le gratificazioni che questa professione offre non sono paragonabili ad altri impieghi.

Anzitutto perché lavoriamo a stretto contatto con il pubblico, che stimola la nostra curiosità e creatività; poi grazie alla possibilità di appartenere a un "team" con cui condividere tempo, spazi e passioni. Inoltre, coloro che scelgono le strutture stagionali, spesso si ritrovano a lavorare in location di alto livello, dove hanno la certezza sì di farsi un curriculum, ma anche di poter conoscere luoghi, situazioni e personalità d'eccezione.

Infine, il dover cercare sempre di mostrare il nostro lato migliore, ci induce a coniugare perfezione e talento: dobbiamo essere proprio noi, con il nostro bagaglio di intraprendenza e conoscenze, a rappresentare questa categoria che da sempre è sinonimo di competenza, accoglienza e passione per una professione che, oggi più che mai, è in continua e costante evoluzione.

Il mio pensiero è, al solito, sempre di più rivolto ai giovani, che con entusiasmo e vivacità devono tenere alta la categoria. Noi di Abi Professional, con incontri, eventi, masterclass e iniziative mirate, vogliamo coinvolgervi nella formazione del personale e restare al vostro fianco per soddisfare ogni necessità pratica. Auguro a tutti un buon lavoro e un buon inizio estate.

Per i tuoi commenti cerca il codice **87047** su **www.italiaatavola.net**

QUATTROERRE GROUP

FESTEGGIA IL 40° ANNIVERSARIO DELLA FONDAZIONE

I fratelli Rota, pur giovanissimi, hanno preso le redini dell'azienda di famiglia con l'entusiasmo e la determinazione di chi è convinto che «se lavori tanto e bene prima o poi realizzi gli obiettivi desiderati»

È il 1973 quando Dino Rota abbandona il mestiere di cantiniere per aprire una fiaschetteria a Seriate (Bg) non sa che la sua iniziativa imprenditoriale si snoderà lungo tre generazioni. Nel 1982 fonda Quattroerre e avvia l'attività di distribuzione di vino ai locali di mescita coinvolgendo via via i quattro figli. Maurizio, Giampietro, Luca ed Enrico sono molto giovani quando nel 1985 incominciano a commercializzare vino in fusti per la spillatura. La fornitura in comodato d'uso di impianti ad alta affidabilità e il puntuale servizio di assistenza tecnica assicurano ai clienti la qualità della mescita. Cinque anni dopo inizia l'importazione di birre pregiate dall'Europa ed è il primo passo verso la diversificazione dell'offerta. La crescita dell'azienda sarà impetuosa.

Dino ha solo 47 anni quando affida ai suoi ragazzi il compito di "mandare avanti l'azienda", tuttavia le sue passioni continueranno a ispirare le vicende imprenditoriali di Quattroerre. Col tempo l'attività di distribuzione sarà affiancata da quella di produzione di vino, birra e distillati. Di seguito ricordiamo alcuni episodi significativi della storia dell'azienda.

1995: nasce Villa Domizia

La produzione dei vini Valcalepio Dop Gaudes e Bergamasca Igt Cuvée Zerotre interpreta in modo autentico la tradizione enologica del territorio. I vini Terre del Colleoni Dop Brut, Manzoni Bianco Punto Uno e Incrocio Terzi Punto Zero

L'azienda di Torre de' Roveri è protagonista nel settore del beverage e costituisce un'entità economica di rilievo per la comunità del territorio in cui opera.

sono recenti e ispirati dal desiderio di innovazione.

2007: inizia la produzione dei Prosecco Villa Erica

Un caso fra molti della lungimiranza dei fratelli Rota: in pochi anni il Prosecco diventerà il più grande successo enologico mondiale. I Prosecco Treviso Extra Dry Doc, Treviso Brut Doc Millesimato e Cuvée Extra Dry sono destinati esclusivamente ai clienti di Quattroerre. L'etichetta con la ragazza tatuata che danza è un riferimento per chi ama le bollicine.

2010: i primi distillati di Villa Domizia

La gamma delle grappe Gaudes comprende ben 6 tipi e nel 2018 inizia la produzione di Brandy 24.

2011: Birrificio Nazionale, le prime birre artigianali

Le birre cuvée millesimata e cuvée riserva sono prodotte con la collaborazione di una brasseria artigianale.

2014: fondazione di Birrificio Otus

Quattroerre è azionista e distributore di Birrificio Otus. Nell'arco di otto anni la brasseria artigianale di Seriate, in provincia di Bergamo, acquisisce una posizione di rilievo nel settore e le sue birre vengono premiate nei più importanti concorsi europei.

2015: comincia il percorso verso la produzione di vini biologici

Fino al 2014 le uve dei vini Villa Domizia provengono dalla Tribulina di Scanzo, poi incomincia la conduzione di un antico vigneto di 10 ettari nel centro di Rosciate. La messa a dimora delle nuove viti è preceduta da un'adeguata preparazione del terreno. Per la realizzazione del progetto biologico Quattroerre si avvale della collaborazione tecnica della Cantina Sociale Bergamasca.

2021: parte la coltivazione di orzo per la produzione delle birre Otus

Gli operatori del settore Horeca hanno sempre trovato in Quattroerre il partner ideale per affrontare i cambiamenti del mercato perché possono scegliere la linea beverage più adatta al proprio locale, spaziando in una vasta gamma di etichette nazionali e internazionali. Altrettanto importanti sono i servizi di consulenza e formazione.

Ripercorrere in poche righe quattro decenni di vicende imprenditoriali è impossibile, possiamo dire che quella dei fratelli Rota è una storia tipicamente bergamasca in cui il lavoro è vissuto come dovere sociale e condizione imprescindibile di realizzazione della persona.

LE ORIGINI DI QUATTROERRE NEI RICORDI DEI FRATELLI ROTA

Intervista ai pionieri della distribuzione di vino in fusti. Un ritratto di famiglia autentico e sorprendente.

Cosa ricordate degli inizi di Quattroerre?

Maurizio: A quel tempo molti vini arrivavano dal Sud, erano corposi, fruttati e con grado alcolico elevato, venivano "tagliati" con acqua o miscelati con vini leggeri. L'oste imbottigliava il vino nella cantina del locale, previo "aggiustamento" del gusto e del grado alcolico. Solitamente il vino veniva consegnato in botti di legno da 500 litri che si facevano rotolare nelle cantine tramite apposite aperture e scivoli, una movimentazione impegnativa e faticosa.

Chi ebbe l'idea della distribuzione in fusti?

Giampietro: L'idea della mescita tramite impianto di spillatura venne a nostro padre, nel 1985. Era un progetto dirompente sul piano della percezione del prodotto da parte dell'avventore e sul piano operativo-pratico della distribuzione.

Luca Rota

Maurizio: Valutammo gli aspetti tecnici: era necessario aprire i fusti, lavarli e assicurare la stabilità organolettica del vino. Non esistevano macchine e bisognava fare tutto a mano. Occorreva poi procurare e installare gli impianti di spillatura.

Giampietro: Iniziammo a fare il lavoro che prima faceva l'oste ovvero "tagliare" i vini e miscelarli interpretando il gusto corrente. Non era facile: l'oste conosceva personalmente i propri clienti e le loro preferenze, noi invece dovevamo ragionare sulle tendenze dei consumatori di un bacino territoriale ampio e dislocato in ambienti diversi (città, campagna, montagna). Non avevamo la disponibilità di dati e statistiche che c'è adesso e l'esperienza che papà aveva maturato in cantina risultò preziosa: la sua selezione di raffinati vini veneti e piemontesi risultò efficace. Purtroppo, all'epoca, il vino bergamasco era quasi inesistente.

Quale fu l'impatto sui consumatori?

Giampietro: Ci siamo chiesti come avrebbero reagito: sarebbe prevalsa la sensazione di maggiore qualità o di perdita di genuinità? Pochissimi distributori in Italia avevano osato rischiare il cambiamento, siamo stati fra i primi. Insomma ci lanciammo nell'impresa con un po' di inconsapevolezza e molta audacia. Sta di fatto che i clienti accolsero positivamente la novità.

Come è nata la vostra avventura nel mondo della birra artigianale?

Enrico: Siamo nati e cresciuti nel mondo del vino. La diversificazione dell'offerta, che oggi sembra scontata, è avvenuta gradualmente. La commercializzazione di bevande analcoliche, per esempio, risale a soli 20 anni fa. Per lungo tempo abbiamo venduto birre d'importazione e nel 2011, finalmente, con la collaborazione di una brasseria artigianale sono nate cuvée millesimata e cuvée riserva di Birrificio Nazionale, il nostro marchio. La vera passione per la birra però è scoppiata partecipando alla realizzazione di Birrificio Otus. Giampietro si è preso una vera e propria cotta per la birra artigianale.

Giampietro: È vero, il mondo della birra artigianale mi appassiona. Il team di Otus è fantastico e ogni nuova birra che mettiamo in produzione è un'avventura. Le soddisfazioni sono molte, a volte accogliamo con stupore la notizia delle varie medaglie che vinciamo nei concorsi internazionali. Stiamo investendo molto, ma sono convinto che avremo soddisfazioni sempre più grandi.

> «La conduzione del vigneto di Rosciate, così come la decisione di coltivare l'orzo per Otus sono effetto del legame con il nostro territorio, della voglia di tornare alla terra. A volte parliamo di acque minerali. Per ora sono sogni».

Qual è il segreto dei fratelli Rota?

Enrico: Penso sia la passione per questo lavoro. Sembra una frase fatta, ma è pura verità. Ci piace quello che facciamo e ci piace lavorare insieme, abbiamo imparato da ragazzi. A volte si litigava, sì, ma come litigano i fratelli di quell'età: un minuto dopo tutto ritorna come prima. Viviamo in armonia.

Come prendete le decisioni?

Luca: Le decisioni importanti vengono prese insieme, l'unanimità viene spontanea. Sono scelte ponderate, come è giusto che sia in una azienda che deve tutelare il proprio patrimonio e il lavoro di molte persone. Tuttavia, alcuni progetti sono nati a tavola, dalle chiacchiere del dopo cena con il bicchiere in mano, per realizzare desideri o assecondare passioni. È quel che è successo, per esempio, quando abbiamo deciso di investire nella produzione di birra artigianale.

Cosa c'è nel futuro di Quattroerre?

Enrico: Davide e Andrea - i figli di Maurizio e Giampietro - lavorano in azienda da tempo, il loro apporto è prezioso e si avvicina il tempo del cambio generazionale; basti ricordare che nostro padre ci ha lasciato mano libera quando aveva solo 47 anni.

Luca: La conduzione del vigneto di Rosciate, così come la decisione di coltivare l'orzo per Otus sono effetto del legame con il nostro territorio, della voglia di tornare alla terra. A volte parliamo di acque minerali. Per ora sono sogni. cod 87040

Quattroerre Group
via Marconi 1 - 24060
Torre de' Roveri (Bg)
Tel 035 580701
www.quattroerre.com

CIBUS 2022, BILANCIO POSITIVO: SONO TORNATI I NUMERI PRE-PANDEMIA

Successo per l'edizione 2022 di Cibus. Organizzata da Fiere di Parma e Federalimentare, ha superato le attese tornando a numeri pre-pandemia nonostante l'endemia strisciante del Covid e il conflitto in Ucraina. La 21ª edizione della fiera è stata una rappresentazione corale, ma non inaspettata, della vitalità del made in Italy agroalimentare e della manifestazione fieristica che lo rappresenta da oltre quarant'anni.

Cibus ha ospitato 3mila espositori, migliaia di nuovi prodotti, 60mila operatori professionali di cui 3mila top buyer esteri.

Cibus e l'importanza del made in Italy

Tutti gli operatori hanno confermato che il made in Italy agroalimentare è la ricetta ideale non solo per la ristorazione, come possiamo leggere ormai da decenni sulle tavole di tutto il ➔

LA NEF, DAL 1989 IL SALMONE AFFUMICATO DI QUALITÀ

La Nef dal 1989 è sinonimo di salmone affumicato di qualità. Una gamma ampia, che si rivolge sia all'ambito del lusso sia all'Horeca e alla Grande distribuzione. «Da sempre il salmone affumicato è il nostro prodotto di riferimento - ha raccontato **Giordano Palazzo**, presidente di La Nef - essendo nati nel 1989 abbiamo seguito tutto il suo percorso, da prodotto elitario a bene di largo consumo, spesso banalizzato. Oggi per fortuna sta tornando al suo valore».

Brand di punta di La Nef è Coda Nera, pensato per l'alta ristorazione e per le migliori gastronomie. «Per il salmone è un momento particolare, la crisi ha fatto raddoppiare i prezzi negli ultimi mesi. Senza queste difficoltà avremmo avuto una crescita importante, che comunque c'è stata e sicuramente tornerà ancora più forte». cod 86438

ZUARINA DI CLAI, L'ALTA QUALITÀ DEL PROSCIUTTO CRUDO DI PARMA

Clai, food company di Imola specializzata nei salumi di qualità, ha da poco compiuto 60 anni e a Cibus li ha festeggiati con tutte le sue eccellenze gastronomiche. Clai è una cooperativa che gestisce l'intera filiera dei salumi, dall'allevamento sino alla tavola. Un'idea che ha preso forma nel 1962 e che segue da sempre alcuni principi cardine: valorizzazione del territorio, sostenibilità, italianità e esperienza produttiva. «Negli ultimi anni abbiamo avuto una crescita costante - ha sottolineato **Gianfranco Delfini**, responsabile marketing di Clai - stiamo riuscendo a portare avanti questo sviluppo nonostante le numerose difficoltà, dalla pandemia all'aumento dei costi». cod 86441

FINOCCHIONA IGP, UN 2021 DA RECORD E UN OCCHIO ALLA SOSTENIBILITÀ

Il 2021 per la Finocchiona Igp è stato un anno da record. Il Consorzio, che raggruppa 41 soci, ha infatti visto un incremento del 20% della produzione, 2 milioni di chilogrammi di impasto insaccato, ossia 1 milione e 92mila pezzi prodotti. Numeri che testimoniano l'efficacia del lavoro di valorizzazione della Finocchiona Igp espresso dal Consorzio di tutela e del valore aggiunto dato dal riconoscimento di Indicazione geografica». cod 86422

CASEIFICIO MANCIANO, TUTTE LE SFUMATURE DEL PECORINO TOSCANO DOP

Il Caseificio Manciano ha compiuto nel 2021 i 60 anni di attività. La cooperativa, che riunisce 200 allevatori, si trova nel cuore della Maremma e ha una vasta produzione casearia che riesce a racchiudere tutte le sfumature del Pecorino Toscano Dop. Nello stand dell'azienda casearia maremmana a Cibus hanno fatto bella mostra tutti i suoi prodotti d'eccellenza. Si va dai grandi classici, il Pecorino Toscano Dop fresco, lo stagionato, lo stagionato 12 mesi e il biologico, fino ai formaggi più particolari. cod 86445

CASEARIA CARPENEDO, MEDAGLIA D'ORO DI FORMAGGI AFFINATI

La Casearia Carpenedo, oggi riconosciuta come primo laboratorio di affinamento di formaggi in Italia nasce dalla grande visione creativa del suo fondatore Antonio Carpenedo, fin da bambino animato da una passione che da sempre è inscritta nel Dna di famiglia. Lo scorso anno la Casearia Carpenedo ha raccolto diversi premi ai Mondiali del formaggio a Oviedo: 7 podi e una medaglia Super Gold con il suo erborinato Basajo. cod 86435

MENZ&GASSER ENTRA NEL SALATO: CI SONO LE FRITTATÙ INSIEME A PETER BRUNEL

Menz&Gasser è un'azienda che, partita dal Trentino Alto Adige, è riuscita ad arrivare in tutto il mondo e oggi può contare anche su uno stabilimento in Malesia. La sua specialità sono confetture e marmellate, fornite ad Horeca, pasticceria, Grande distribuzione e industria, ma da qualche tempo si è buttata anche nel mondo del salato, dando vita a un nuovo marchio: Synapsis. A Cibus ha presentato un nuovo prodotto del marchio Synapsis: le Frittatù, dei preparati per frittata. cod 86470

SCROCCHIARELLA AB ITALMILL, QUATTRO NUOVE RICETTE DEL FORMAT "LE PREFERITE"

A Scrocchiarella non si può resistere e infatti tutti coloro che si sono affacciati allo spazio di AB Italmill alla fiera Cibus hanno potuto fare esperienza di un assaggio. Con una postazione dedicata alla preparazione delle Scrocchiarelle in modalità "ciclo continuo" per tutto il giorno, sono stati fatti dai 3.000 ai 3.500 assaggi al giorno. «Oggi Scrocchiarella è ormai un brand riconosciuto - ha sottolineato **Ennio Parentini**, direttore commerciale AB Mauri Italy, di cui la Divisione AB Italmill fa parte - con un prodotto che si distingue in tutti i suoi formati, non solo quello della pizza in pala. Insomma, rispetto a tutto quello che offre il mercato, Scrocchiarella è un altro pianeta e sorprende sempre chi l'assaggia».
In occasione di questa edizione di Cibus l'azienda ha coinvolto 4 nuovi pizza chef che con il format de "Le Preferite" hanno portato in fiera una ricetta con Scrocchiarella e gli ingredienti del loro territorio, a conferma di quante diverse possibilità di interpretazione della farcitura possono esserci per l'operatore che sceglie la qualità di una base Scrocchiarella. cod 86448

mondo, ma anche per il retail dove i nostri prodotti si stanno trasformando da nicchia di importazione a mainstream per i consumatori.
Nel corso dei tanti convegni dedicati alle problematiche del Fuori Casa, della Grande Distribuzione, delle Private Labels, dell'Agricoltura, dell'Industria, della Ricerca scientifica, è stata ribadita questa migrazione qualitativa dei consumi verso prodotti più sani e più sostenibili dei quali il made in Italy alimentare è campione, proprio grazie alle sue radici e alle sue tradizioni.

L'edizione 2023 di Cibus

Questa domanda che continua a crescere in doppia cifra, ormai da oltre 10 anni, da parte degli importatori e distributori ha imposto agli organizzatori di calendarizzare Cibus anche nel 2023 (dal 29 al 30 marzo) in armonia con l'altra grande fiera del made in Italy, Vinitaly, in un format più leggero, proprio per consentire agli operatori internazionali di spendere più giorni sul territorio per visitare e conoscere da vicino le imprese che hanno reso celebre l'agroalimentare italiano.
cod 86577

AGUGIARO & FIGNA, A TRAINARE È L'INNOVAZIONE: ECCO LA MACINAZIONE INTEGRATA

Agugiaro & Figna a Cibus ha raccontato la sua innovazione: la Macinazione integrata, un metodo brevettato che **Riccardo Agugiaro**, amministratore delegato, ha definito «la più grande innovazione degli ultimi vent'anni nel settore molitorio. La Macinazione integrata è un brevetto sulla macinazione, non sul prodotto. Unisce i privilegi della macinazione a pietra con la sicurezza e la lavorabilità di quella a cilindri, il tutto in un unico impianto». cod 86451

MADAMA OLIVA, INNOVAZIONE E SOSTENIBILITÀ PER 45 PAESI NEL MONDO

Fondata nel 1989 a Carsoli (Aq), Madama Oliva è un punto di riferimento nel settore delle olive fresche confezionate, con un fatturato di circa 41 milioni di euro nel 2021 e una quota export del 50% in 45 Paesi di destinazione. A Cibus ha presentato diverse novità, sia per la Grande distribuzione (suo mercato di riferimento) sia per l'Horeca: la nuova linea Freschissimi Eco, la linea di patè e hummus di lupini, e dei sughi pronti in vasetti di vetro per il mercato estero. cod 86443

MOLINO PASINI, CONOSCERE I GIOVANI PER PENSARE ALLE FARINE DEL FUTURO

Molino Pasini, in provincia di Mantova, lavora nel mondo della farina da ormai quattro generazioni ed esporta in 60 Paesi. I suoi prodotti, in origine rivolti soprattutto agli artigiani panificatori, oggi sono al servizio anche di pizzaioli, pasticceri e di chi si occupa di pasta fresca. Per continuare a crescere è però necessario pensare al futuro: l'attenzione al mondo dei giovani ha preso la forma de Il Mugnanio, una rivista nata proprio da uno studio fatto sulla iGeneration, composta dai nati tra il 1997 e il 2012. cod 86460

IL GRAN MORAVIA DI BRAZZALE 350MILA FORME E UNA FILIERA ECOSOSTENIBILE

Brazzale è la più antica azienda casearia italiana. Il suo stand a Cibus è stato un trionfo di colori. «L'immagine è tratta da un dipinto di Fabio Bianco - racconta il presidente **Roberto Brazzale** - sono fiori della fiorella di barena, che cresce nella Laguna Veneta. Abbiamo voluto ripartire con vivacità, per celebrare il bello e il gusto della vita».
Il Gran Moravia, uno dei prodotti simbolo di Brazzale, viene prodotto nella regione agricola della Repubblica Ceca, grazie al lavoro di 75 aziende. «Aziende che rispettano a pieno la nostra filiera ecosostenibile - ha proseguito Roberto Brazzale - l'abbiamo creata dodici anni fa e segue regole specifiche, come un minimo di 4,5 ettari per capo e assenza totale di aflatossine. Ne deriva un latte particolarmente buono, perché un ambiente migliore dà una qualità più alta al latte e ai formaggi». Il risultato? 350mila forme l'anno ed esportazioni in 60 Paesi al mondo. cod 86429

DAL FRULLATO PROTEICO AL POMODORO SOSTENIBILE: L'UNIVERSO DI CONSERVE ITALIA

Il frullato proteico Valfrutta e Yoga Combì, mix da bere con frutta secca, la passata biologica e la polpa di pomodoro Valfrutta Green, la polpa Cirio *climate neutral*, le nuove zuppe pronte Jolly Colombani a base di legumi, le fantasie di mais Buonmix Valfrutta. E ancora la gamma di succhi Yoga Optimum senza zuccheri aggiunti e il succo Derby Blue Difesa per i bar. Queste le novità presentate a Cibus da Conserve Italia, cooperativa di 14mila soci agricoltori. cod 86449

PASTRY CHEF COLLECTION DI BINDI, SUCCESSO A SIGEP

Bindi ha confermato nelle sue nuove proposte, presentate a Cibus 2022, una delle sue caratteristiche principali: la profondità di gamma. In fiera il marchio ha affiancato infatti una proposta per l'alta ristorazione alla sua tradizionale offerta per i bar. Pastry Chef Collection è una linea di monoporzioni (Goccia al tiramisù, Nonna 4.0, Rubino cheesecake, Dolci geometrie) di alta pasticceria, in cui emergono decorazioni particolari, nuovi accostamenti di gusto e ingredienti di alto livello, per una linea d'eccellenza. cod 86630

DR. SCHÄR, DA CENT'ANNI RIFERIMENTO PER IL GLUTEN FREE

A Cibus Dr. Schär ha messo in mostra diverse novità. «La nostra azienda copre diverse categorie del food, dall'ambient al frozen food - ha raccontato **William Galletti**, responsabile commerciale Gdo - dal pane sostitutivo ai biscotti, dalle farine fino ai primi piatti e le pizze surgelate, oltre a basi di preparazione, sempre senza glutine». Dr. Schär ha presentato i taralli, i preparati per pancake, waffle e brownie, gli gnocchi agli spinaci e la Milk Cake. cod 86466

NT FOOD, PRODOTTI SENZA GLUTINE E SENZA IMPATTO SULL'AMBIENTE

Nt Food, punto di riferimento nel mercato delle intolleranze e della corretta alimentazione, a Cibus ha presentato non solo le sue linee senza glutine, ma anche quella senza... impatto sull'ambiente: il PanBauletto Nutrifree, disponibile anche nella versione con farina integrale, nel nuovo packaging completamente riciclabile e con una riduzione della plastica del 58% rispetto al precedente confezionamento. Alto contenuto di servizio grazie alla confezione "apri e chiudi". cod 86472

RISTORANTI E ALBERGHI

NON C'È PIÙ PERSONALE: DIAMO VOCE AI PROFESSIONISTI PER PROVARE A CAPIRE IL PERCHÉ

«Ame nessuno ha mai regalato nulla. Mi sono spaccato la schiena, io, per questo lavoro che è fatto di sacrifici e abnegazione. I giovani preferiscono tenersi stretto il fine settimana per divertirsi con gli amici. E quando decidono di provarci, lo fanno con l'arroganza di chi si sente arrivato».

Parole dure, quelle pronunciate da **Alessandro Borghese**, cuoco e personaggio televisivo, non condivise da tutti, ma che hanno avuto il merito di riaccendere il dibattito su un tema mai sopito: la carenza di personale, ormai cronica, nella ristorazione e nell'accoglienza.

Una crisi certificata persino da Massimo Garavaglia, ministro del Turismo, che ha parlato della mancanza di 250mila lavoratori, tra alberghi, ristoranti e stabilimenti balneari. Una crisi che non fa altro che certificare una tendenza emersa ormai da tempo e che la pandemia ha portato a compimento. Il Covid e le conseguenti chiusure forzate hanno portato molti professionisti del settore a scegliere altre strade e ora, che sembra finalmente tornata la tanto attesa normalità, quelle figure non hanno fatto ritorno, lasciando di fatto un vuoto non colmato da nuovi ingressi.

Come sempre accade quando si parla di temi complessi come questo, le colpe, se di colpe si può parlare, sono diverse e il risultato finale non è che la somma di numerosi fattori. ➡

Rivedere il sistema di tasse nella ristorazione

Marco Reitano, presidente di Noi Di Sala: «Spesso nel nostro settore si finisce anche per lavorare 12 ore al giorno, ma la paga resta sempre la stessa. C'è poi anche chi ti paga in nero e quindi è ovvio che poi il personale scappa se non si sente tutelato. Bisogna puntare a valorizzare le competenze e le professionalità dei nostri ragazzi. Chi è in sala ha un ruolo importante, può davvero portare valore aggiunto al business di un ristorante». cod 86214

Troppi costi a carico degli esercenti

Alessandro D'Andrea, presidente di Ada: «Il settore ha un contratto complesso e questa complessità ha come obiettivo la tutela del lavoratore. Troppo spesso però non viene rispettato. Non è possibile chiedere qualunque cosa a qualsiasi condizione. Così si finisce per far perdere motivazione. Poi a fine mese vede la retribuzione e si chiede: chi me lo fa fare? Credo però anche che un ragazzo debba accettare una retribuzione minore rispetto a una persona che ha più esperienza. Per uscire dalla crisi serve ridurre il costo del lavoro e condizioni di lavoro soddisfacenti e motivanti». cod 86308

Si diano ai cuochi tre giorni liberi la settimana

Rocco Pozzulo, presidente di Fic: «L'emergenza pandemica ci ha fatto ricordare qualcosa che era stato dimenticato: la vera ricchezza è la gestione del tempo, e i nostri giovani sono stati i primi a comprenderla. Per questo stanno abbandonando in massa il settore della ristorazione. Ma possiamo ancora invertire la rotta. Mi chiedo che senso abbia guadagnare dei soldi se poi non si ha il tempo di spenderli. Nel nostro settore è quindi importante avere la possibilità di dare ai cuochi due, ma anche tre turni di riposo. E se lo Stato riducesse il costo del lavoro la proposta potrebbe concretizzarsi» cod 86416

Stiamo lavorando col Governo a una soluzione

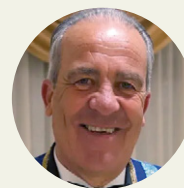
Lino Stoppani, presidente nazionale di Fipe: «Per invertire la rotta lo Stato deve anzitutto introdurre delle politiche attive e non soltanto passive. Non bastano gli ammortizzatori sociali, ma investimenti nella riqualificazione delle professioni e che garantiscano anche a chi non ha un impiego di poter rientrare nel mondo del lavoro. il costo del lavoro andrebbe abbassato, applicando un diverso regime fiscale. Quantomeno bisognerebbe garantire delle economie di contribuzione, anche solo per un periodo determinato, per chi decide di assumere il personale». cod 86382

Nei villaggi mancano anche gli animatori

Daniele Pompili, general manager Villaggi di Veraclub: «Anche all'estero e in particolare in Spagna e in Grecia si assiste alla fuga di stagionali da tutte le tipologie di impiego. Nelle strutture mancano cuochi, camerieri, personale di sala e anche gli animatori. Abbiamo quindi deciso di "puntare" sui nostri ragazzi. Ovvero, organizzare una serie di corsi di formazione specializzati dedicati alla parte alberghiera del nostro settore al fine di far crescere, lavorativamente parlando, personale qualificato». cod 86758

Manca personale anche alle discoteche

Maurizio Pasca, presidente nazionale di Silb-Fipe: «Da una parte l'introduzione del Reddito di cittadinanza e dall'altra le nostre famiglie, da sempre molto premurose nei confronti dei nostri figli, hanno finito per creare un fenomeno di disaffezione o di disinteresse nei confronti del lavoro, molto forte tra i nostri giovani. Me ne accorgo tutti i giorni quando metto gli annunci a cui nessuno risponde. Quest'anno per trovare personale stagionale dovrò rivolgermi alle agenzie interinali straniere». cod 86759

Molti giovani lasciano la professione

Valerio Beltrami, presidente di Amira: «I ragazzi vanno valorizzati. Quando sono a scuola hanno bisogno di fare più lezioni pratiche, stando molto più tempo fuori dalle aule. E serve anche far diventare le mense scolastiche dei veri e propri ristoranti. Gli istituti professionali regionali da questo punto di vista, rispetto alle scuole alberghiere, distribuiscono equamente il carico di teoria da quello della pratica. Inoltre dobbiamo essere noi adulti a trasmettere loro la passione. Gli alunni devono stare a fianco dei professionisti per impararne i segreti». cod 86261

Nuove forme di comunicazione con gli studenti

Gabriele Bianchi, sommelier e influencer: «Non mi sarei potuto permettere alcuna esperienza lavorativa senza riscuotere uno stipendio, perché non avrei avuto di che arrivare a fine mese. Non dimentichiamo lo stile di vita massacrante cui camerieri e personale di cucina sono costretti agli esordi: mangiare velocemente, riposare una mezz'ora in luoghi non adeguati, magari dormire in alloggi fatiscenti in città lontane da casa. Per far tornare a brillare questo settore bisogna trovare un nuovo metodo di comunicazione per parlare con i giovani, formarli adeguatamente e trovare soluzione concrete per garantire loro un benessere di vita personale e professionale». cod 86214

C'è, come detto, la pandemia, che ha fatto cambiare abitudini e prospettive dei lavoratori, portando a optare per orari e professioni più comode e meno "sacrificanti" di ristorazione e accoglienza. C'è, dal punto di vista dei sindacati, una criticità legata ai contratti, definiti "inaccettabili".

C'è poi, dal punto di vista delle aziende, un costo del lavoro insostenibile, che non permette di garantire stipendi adeguati al carico di lavoro

C'è un problema di valori

Francesco Guidugli, presidente di Solidus: «Anzitutto dobbiamo cercare il modo di far sì che i salari possono avvicinarsi a un livello considerabile adeguato. Per farlo, serve un intervento della politica. Se la metà di ciò che paga un'azienda va in tasse, ciò che resta ai dipendenti è molto poco. Serve alleggerire i costi a carico delle imprese. Un altro aspetto sono le condizioni di lavoro. Ormai il sabato e la domenica in tanti non vogliono lavorare. Dare una percentuale in più a chi lavora nei fine settimana o la notte. Noi, che abbiamo fatto sacrifici, non lo vediamo come un modo giusto, ma non ci sono alternative». cod 86344

Tutta colpa del reddito di cittadinanza?

Per molti imprenditori che operano nel settore dell'accoglienza l'unico motivo per cui da un anno a questa parte stanno facendo sempre più fatica a trovare lavoratori, e in particolare stagionali, è l'aver introdotto il reddito di cittadinanza. Il mondo del lavoro come lo si concepiva prima dell'emergenza pandemica ormai non esiste più. Durante i mesi di lockdown in molti, specialmente i giovani, ma non solo, hanno deciso di lasciare la ristorazione e l'accoglienza per diversi motivi. Anzitutto per un lavoro più stabile, dove poter lavorare con continuità, ma non solo. Si sa che si lavora più del dovuto e molti lamentano anche il fatto che i contratti di lavoro non vengono rispettati. **Nella Milazzo**, segretaria generale della Filcams Cgil della Sardegna, ha spiegato che non c'entra nulla la polemica legata al reddito di cittadinanza: «I giovani non hanno nemmeno i requisiti per riceverlo. Sono proposte di impiego o contratti inaccettabili che tengono alla larga i lavoratori che preferiscono quindi altre occupazioni. Stipendi da 1.400 euro mensili, quattordicesima e Tfr compresi, a fronte di 12 ore di lavoro al giorno senza straordinari, ferie e permessi o, peggio ancora, contratti part time da 25 ore settimanali che in realtà diventano poi full time, ma con la stessa retribuzione; per forza poi il lavoratore fugge». cod 86826

Dare incentivi a chi assume

Antonello Maietta, presidente di Ais: «La crisi del personale che coinvolge il mondo della ristorazione riguarda marginamente i sommelier. Spesso si arriva a questa professione dopo aver compiuto un percorso lavorativo che può partire dalla scuola alberghiera e passare dal servizio di sala. È lavoro specializzato e maggiormente retribuito rispetto agli altri impieghi. Tra l'altro, recentemente sta crescendo fra i giovani l'interesse per questa professione». cod 86320

Bisogna raccontare la cultura del lavoro

Gabriele Cartasegna, direttore del Capac: «Il problema è diventato strutturale e non di facile soluzione. Perdere professionisti è stato rapido, riportarli alla ristorazione non sarà facile. Serve un'attività su più livelli. Oggi il servizio è il segmento della ristorazione più in difficoltà con il personale e la cultura si fa anche con la comunicazione. Con Masterchef, per esempio, si era assistito a un boom di giovani che volevano entrare in cucina. La cultura della ristorazione si fa anche con la comunicazione, raccontando al meglio ciò che il settore può offrirti». cod 86505

richiesto. C'è per qualcuno lo "spettro" del reddito di cittadinanza, che in molti sceglierebbero come alternativa al lavoro. E c'è anche una questione culturale, di narrazione, che vede il lavoro nella ristorazione o nell'accoglienza come una scelta di ripiego o temporanea e non un mestiere professionalizzante.

Insomma, la carne al fuoco è parecchia e la strada per uscirne complessa. Italia a Tavola ha voluto dare voce a un'ampia platea di professionisti: albergatori, ristoratori, baristi, sommelier, pizzaioli, direttori d'albergo, presidi, pasticcieri, ma anche sindacati e lavoratori che, dopo anni nella ristorazione e nell'accoglienza, hanno deciso di intraprendere altre strade. In queste pagine proponiamo una sintesi dei loro interventi, che si possono leggere in versione integrale ricercando il codice del singolo articolo su **www.italiaatavola.net.**

C'è sfruttamento, ma manca spirito di sacrificio

Bernardo Ferro, presidente di Abi Professional: «Nel settore dell'ospitalità e della ristorazione oggi continua a esserci una richiesta di lavoro pazzesca, controbilanciata da un'offerta molto bassa. Le motivazioni sono tante e in particolare coinvolgono i giovani. Da una parte i salari sono drasticamente diminuiti, mentre gli orari di lavoro sono aumentati e dall'altra i giovani che si affacciano per la prima volta alla professione dopo le scuole alberghiere pensano di essere già arrivati. Ma in giro c'è anche troppo protagonismo tra gli addetti ai lavori. Basta mettere al centro dell'attenzione i cuochi, ma anche il personale di sala e il bartender. In quella posizione ci deve stare soltanto il cliente». cod 86488

Sempre meno persone vogliono lavorare il sabato

Antonio Pace, presidente Avpn: «Ai nostri corsi vengono tanti stranieri e anche qualche italiano. I primi imparano il mestiere del pizzaiolo per trasformarlo in professione. Però poi, una volta formati, se ne tornano nel Paese d'origine per avviare la propria attività. Gli italiani, invece, si iscrivono ormai quasi solo per alimentare la propria passione. E alla fine però questa rimane troppo spesso un hobby che praticano tra le mura di casa, invece che tra le pareti di una pizzeria. D'altronde è sempre più difficile trovare qualcuno disposto a lavorare vedendo gli altri che vengono in pizzeria o al ristorante per divertirsi». cod 86540

Una vita di sacrifici per uno stipendio normale

Ezio Indiani, general manager Principe di Savoia di Milano: «Durante il periodo della pandemia abbiamo retribuito al 100% tutto il nostro personale, integrando la cassa integrazione. Abbiamo avviato molti programmi di formazione e attività sociali, creando un gruppo di persone fidelizzate. Il risultato? Abbiamo la stessa brigata che avevamo prima del Covid. Non abbiamo perso personale e non siamo quindi andati in difficoltà come accaduto altrove Dobbiamo essere più vicini al personale, creare una squadra ed evitare divisioni. È fondamentale il coinvolgimento di tutti i dipendenti. Uno sviluppo su tutti i livelli fa sì che il personale resti». cod 86551

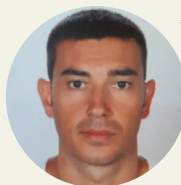
A scuola serve il Maestro Pasticcere

Angelo Musolino, presidente di Conpait: «I giovani lasciano il settore della ristorazione e in particolare quello della pasticceria perché non sono adeguatamente formati. Le scuole alberghiere sono da rifondare. Bisogna istituire per legge la figura del maestro pasticciere, di modo che nelle scuole possano andare a insegnare docenti qualificati e che abbiano i necessari anni di esperienza. Altrimenti gli alunni continueranno a rimanere "parcheggiati" all'interno di istituti poco formativi» cod 86627

La pandemia ha avuto un ruolo centrale

Sal De Riso, presidente AMPI: «In passato qualcuno ha passato il limite, con orari esagerati. Ora la gente si è stufata. Qualcuno mi chiede, finita la stagione, di fermarsi perché preferisce prendere la disoccupazione. Altri addirittura hanno scelto di rimanere proprio a casa, prendendo il reddito di cittadinanza. Ci sono, solo restando in Costiera, moltissimi posti in cui poter fare la stagione. Tra 1.200/1.300 euro e il reddito, scelgono il secondo. Poi magari vanno a fare qualche lavoretto extra in nero...» cod 86662

Baristi in difficoltà

Noemi Congiu ha 31 anni e da quando ne aveva 20 ha lavorato nel settore della ristorazione. Oggi ha abbandonato la professione che fin da ragazza sognava di intraprendere, il capo barman. La pandemia l'ha spinta verso il settore del commercio: «Faccio la commessa in un supermercato. Non era quello che avrei voluto fare nella vita, ma almeno ho un impiego certo, lavoro in base a quanto è previsto dal contratto, ho le ferie, non lavoro più sette giorni su sette e posso pianificare al meglio il mio futuro» cod 86877

Antonio Moi è un barista che dopo 28 anni nel settore con la pandemia è finito dapprima in cassa integrazione e poi è stato licenziato. «La scelta era la riassunzione con un orario di lavoro ridotto, o di rimanere a casa. Ho scelto la seconda opzione piuttosto che lavorare per sole 800 euro al mese. Avrei infatti sgobbato come prima, ma con una retribuzione inferiore. Ora continuo a ricevere proposte di lavoro, ma sono irrispettose. Non considerano l'esperienza pregressa o non vogliono rispettare il contratto di lavoro. Ti chiedono di lavorare 50 ore la settimana, domenica compresa, con una retribuzione di 1.200 euro netti al mese. Chi in altre professioni accetterebbe mai un impiego del genere?». cod 86878

MADAME CHARDONNAY ESALTA IL GUSTO DELLA ZUPPA ALLA PAVESE DI SADLER

di ***Gabriele Ancona***

Dal Naviglio Pavese di Milano all'Oltrepò. Una linea diretta all'insegna dell'alta enogastronomia. È quella che unisce il cuoco Euro-Toques e stella Michelin **Claudio Sadler** e **Roberto Lechiancole**, l'imprenditore che è l'anima di Prime Alture.

L'azienda vitivinicola di Casteggio (Pv), situata a 290 metri sul livello del mare, ha un'estensione di 10 ettari e produce 50mila bottiglie, con vitigni a prevalenza Pinot Nero, Merlot e Chardonnay. Produzioni dalla marcata identità, riconoscibili e dal chiaro accento territoriale, con uve raccolte a mano in cassetta, pigiatura tempestiva e protezione dell'ossigeno dalla vigna all'imbottigliamento. Vini che sposano la tavola. E Lechiancole, che

è di lunghe vedute, li ha portati su tavole di rango.

Con l'iniziativa "La Cantina di Milano" ha voluto donare valore aggiunto ai suoi gioielli mettendo comunque in primo piano tutto il territorio e la produzione enologica dell'Oltrepò Pavese. È nata così un'alleanza al palato con i migliori cuochi del panorama lombardo che in abbinamento alle loro ricette stanno facendo conoscere i vini Prime Alture a un pubblico sempre più vasto.

Dalla vigna alla tavola

Andrea Provenzani, Tommaso Arrigoni, Stefano Grandi, Giuseppe Postorino, Felice Lo Basso, Manolo Teruzzi e Claudio Sadler sono alcuni dei cuochi diventati gli araldi di un'iniziativa dove cucina e vino hanno un dialogo diretto. Si fanno infatti ambasciatori per l'azienda vitivinicola pavese presentando i loro piatti nei rispettivi ristoranti in abbinamento alle etichette. Saranno poi pubblicate delle videoricette fruibili da tutti per presentare i piatti in abbinamento ai vini. L'obiettivo è far conoscere i vini in maniera tangibile per offrire ai consumatori una chiave di lettura nuova e diversa: l'Oltrepò Pavese è terra di ottimi vini di cui Prime Alture si fa portavoce. Dalla vigna alla tavola. Ma non solo. Il progetto nei mesi si allargherà coinvolgendo altre personalità del mondo ristorativo milanese.

Gusti paralleli

Nel ristorante che porta il suo cognome, una griffe, Claudio Sadler presenta la "Zuppa alla pavese a modo mio". «Un piatto che si rifà alla tradizione, accattivante e di grande piacevolezza - spiega Sadler - prepariamo un pancotto con pane secco di recupero, brodo e poi mantechiamo uovo, ricotta e Grana Padano.

Cuociamo quindi un uovo per quattro minuti e mezzo e lo raffreddiamo con acqua a ghiaccio per sgusciarlo bene. Iniziamo a preparare l'acqua di Grana ed emulsioniamo con burro salato. Mettiamo sul fondo del piatto un po' di pancotto, l'uovo e il pane profumato alle erbe che abbiamo essiccato. Copriamo con l'acqua di Grana Padano, con la sua schiuma voluminosa e decoriamo con cavolo fiolaro, tartufo nero, fiori eduli e un giro di olio extravergine di oliva.

Abbinamento fantastico con Madame Chardonnay di Prime Alture. Gusti paralleli». Un'unione all'insegna del territorio. Madame è un Igt che dopo l'acciaio passa in barrique di rovere francese dove riposa sui suoi lieviti per minimo otto mesi con batonnage continui.

Al palato si rivela tipico, morbido e ben equilibrato, con viva freschezza e sapidità. Piacevole il finale di nocciola tostata. cod 86783

Claudio Sadler e Roberto Lechiancole

SOTTO LA TOQUE: SAPIENTE, PUNTUALE, CURIOSO

ANTONIO BELLO

di *Carla Latini*

Dopo aver frequentato l'Istituto Alberghiero F. De Gennaro, eccellenza del settore turistico nella penisola Sorrentina, **Antonio Bello** inizia il cammino nel mondo della cucina. Un viaggio ricco di esperienze ed emozioni che lo porta a lavorare in diverse regioni italiane: Piemonte, Umbria, Toscana, Lazio. Mentre lavora completa il ciclo di studi e nel 1996 consegue il diploma al Centro Formazione Professionale Summonte di Avellino.

La sua innovazione e il rispetto della tradizione lo portano a diventare uno chef italiano apprezzato anche da personaggi noti della politica italiana degli anni '90. Con la sua "cucina mediterranea" delizia il palato di Michael Gorbacev ospite al Palazzo del Quirinale a Roma, mentre con "cucina di mare abbinata ai prodotti degli orti del Vesuvio", durante lo svolgimento del G7 presso l'Hotel Vesuvio di Napoli, riesce a farsi apprezzare da Bill Clinton. Arriviamo al 2000. Antonio continua con impegno e passione ad elaborare piatti e ricette di cucina innovativa, partendo proprio dalla profonda conoscenza delle materie prime, materie semplici, profumate e apprezzate dai suoi clienti. Infine è proprio grazie al progetto "Chef Dove Vuoi" che Antonio celebra la sua cucina fatta di sensazioni, profumi e autenticità, dove ogni piatto ha una sua storia.

All'intensa attività professionale, abbina funzioni di docenza. Infatti dal 2009 al 2014 ricopre il ruolo di Chef e docente di scuola di cucina presso il ristorante "Il Camino delle fate" di Romagnano Sesia (No) mentre nel biennio 2014-2015 diventa docente presso "Cucina a prima vista" di Borgomanero (No). Si occupa della riorganizzazione di locali già funzionanti, portando idee innovative e tecniche per la gestione, dalla scelta di dettagli di allestimento del locale alla corretta gestione delle materie prime. Con "Chef Dove Vuoi" organizza eventi, cerimonie, inaugurazioni e feste, offrendo un servizio esclusivo di "Chef a domicilio" su tutto il territorio nazionale. Non mancano le sorprese gastronomiche con show cooking live: una narrazione storica ed immaginaria che accompagna la preparazione del piatto. Incontri divertenti e semplici per tutti gli appassionati del buon cibo. cod 87203

- ***Da bambino cosa sognavi di diventare?***
Un cuoco come mio zio, mio nonno e il mio bisnonno
- ***Il primo sapore che ti ricordi.***
Pane cafone con pomodorini del Piennolo
- ***Qual è il senso più importante?***
Il tatto
- ***Il piatto più difficile che tu abbia mai realizzato.***
Il prossimo
- ***Come hai speso il primo stipendio?***
Ho comprato una giacca da cuoco e attrezzi da cucina che ancora conservo
- ***I tre piatti da provare almeno una volta nella vita.***
Cotoletta alla milanese, ziti alla genovese, carpaccio di carne all'Albese
- ***Cosa non manca mai nel frigo di casa tua?***
Uova e formaggio
- ***Qual è il tuo cibo consolatorio?***
Spaghetti al pomodoro fresco, basilico e parmigiano
- ***Che rapporto hai con le tecnologie?***
La trovo stimolante anche se va molto veloce e non ci sto dietro
- ***All'Inferno ti obbligano a mangiare sempre un piatto: quale?***
Riso bollito con salsa di pomodoro
- ***Chi inviteresti alla cena dei tuoi sogni?***
Mia moglie e le due nostre figlie
- ***Quale quadro o artista rappresenta meglio la tua cucina?***
"Notte stellata" di Van Gogh
- ***Se la tua cucina fosse una canzone quale sarebbe?***
"Experience" di Ludovico Einaudi

T90
TECNO90
TECNOINOX
TECNOINOX
TECNOINOX

ARTE, CULTURA, AMBIENTE, TURISMO

I MAESTRI PASTICCERI DI AMPI RIPARTONO DA QUI

di ***Alberto Lupini***

Ci sono stati ambiente e sostenibilità al centro del Simposio pubblico di Ampi, l'Accademia Maestri Pasticceri Italiani, che si è svolto a Pompei (Na). La pasticceria è però un mondo ampio e il tradizionale appuntamento, giunto alla sua 26ª edizione, è stato quindi l'occasione per il presidente Ampi **Sal De Riso** di immaginare le sfide del futuro per la pasticceria italiana. Il Parco archeologico di Pompei ha ospitato il congresso intito-

lato Seconda Vita, nell'ambito del 26° Simposio pubblico di Ampi. Al centro del dibattito l'etica e la sostenibilità nella pasticceria. L'incontro, moderato dal giornalista Sebastiano Barisoni, ha visto intervenire Flavio Visone, circular economy analyst dell'Intesa Sanpaolo Innovation Center, i pasticceri Luigi Biasetto e Fredric Cassel, il country manager di Too Good To Go Eugenio Sapora, i professori Paolo Corvo e Giulia Ubaldi, la fondatrice di @cucinosano Rossana Dian e la giornalista Roberta Schira.

«Abbiamo voluto una location straordinaria, tra le più belle del mondo, per rinunirci e confrontarci su temi importanti - ha sottolineato Sal De Riso - La pasticceria è anche questo, non soltanto dolci e presentazioni artistiche».

L'attenzione per l'ambiente tutti i giorni

De Riso è tornato sul tema centrale del Simposio, l'ambiente. «Dobbiamo prestare attenzione massima ai prodotti che utilizziamo, eliminando le materie plastiche e cercando di acquistare sempre cibo e ingredienti prodotti in maniera sostenibile - ha detto - Un esempio, che già porto avanti nella mia pasticceria, è quello del limone. Utile per mille preparazioni, gli scarti vengono utilizzati per produrre energia elettrica. Lo stesso faccio con tutti gli scarti della frutta che utilizzo».

Pasticceria e turismo

Dicevamo però che la pasticceria è tante cose insieme. Tra queste c'è anche il turismo. «Il ruolo del pasticcere è fondamentale nell'ambito del turismo - ha proseguito il presidente - L'Italia in ogni regione, a volte in ogni paese, ha eccellenze straordinarie che sono da valorizzare e mettere in mostra. Il turismo deve conoscere i prodotti del territorio, ma non basta esporli in vetrina, bisogna saperli raccontare».

Un'idea che si riflette in ciò che poi offrono i pasticceri nei loro locali. «Ognuno di noi ha sia dolci tradizionali del territorio sia dolci internazionali - ha concluso De Riso - Io che so bene cosa significa fare turismo ho imparato una cosa: quando devono scegliere, i turisti puntano sempre alla tradizione».

cod 87068

IL DECALOGO DELLA PASTICCERIA SOSTENIBILE

1. **La creatività**: utilizzare gli scarti come basi per nuove lavorazioni. Per esempio, spiega il maestro Benito Odorino, la frutta fresca troppo matura viene utilizzata per la lavorazione di salse e confetture da farcitura o per succhi di agrumi per bagne alcoliche; gli scarti di pan di spagna vengono inseriti in varie lavorazioni come in impasti friabili o dolci da forno.
2. **La conversione del rifiuto** in mangimistica per compost o per agricoltori locali
3. **Il trasporto** dei prodotti con aziende a basso impatto ambientale
4. **L'ottimizzazione della produzione** per minimizzare gli scarti
5. **L'ottimizzazione degli stoccaggi** delle materie prime, con attenzione alle scadenze
6. **Il corretto smaltimento e riciclo** di tutti i materiali utilizzati, dall'imballaggio agli utensili
7. **L'utilizzo di energie alternative**, come l'energia solare prodotta da impianti fotovoltaici per alimentare le attrezzature
8. **La collaborazione** con aziende che condividono gli stessi valori e una visibilità completa su tutta la filiera dei prodotti
9. L'utilizzo di **zuccheri non raffinati**
10. La **riduzione del consumo d'acqua**

Figlio d'arte, Vincenzo è cresciuto in una famiglia di pizzaioli da generazioni. È stato ambasciatore della Pizza Napoletana a Expo Milano 2015. Lavora un impasto super idratato e utilizza le farine di Mulino Caputo

VINCENZO CAPUANO

PIZZA CONTEMPORANEA CON LE FARINE MULINO CAPUTO

di ***Giorgio Lazzari***

«Vivere di pizza è meraviglioso». È questo il motto di **Vincenzo Capuano**, tra i pizzaioli emergenti nel panorama internazionale. Capuano è nato a Napoli nel 1989, da mamma casalinga e papà pizzaiolo. La gioventù l'ha vissuta fra tanti sogni e altrettanti sacrifici. Dalla periferia nord di Napoli, famosa in particolare per la cronaca nera, Vincenzo riesce ad affermarsi, prima seguendo un percorso che prevede

di giorno lo studio dell'informatica, «mentre la sera - racconta - mettevo l'arte da parte, come ripeteva sempre nonna Adele. L'arte della pizza è nelle radici e nel Dna della mia famiglia. Più che un lavoro era semplice vita per me, una cosa normale. Nella mia famiglia sono tutti pizzaioli: il primo è mio nonno Vincenzo, soprannominato "o russ", che nella sua vita ha formato più di 100 pizzaioli. Poi ci sono zio Lino, zio Antonio, zio Peppe, Sasà ed Enzino, rigorosamente accompagnati dalle donne che si occupano di friggere».

Durante la crescita, Vincenzo Capuano si innamora sempre più di questo mondo, che diventa parte integrante delle sue giornate. «Pensate che la domenica - sorride - mio padre mi portava con lui non al parco, ma in pizzeria al Vomero. Lui impastava ed io lo guardavo incantato. Ricordo la delicatezza e la metodicità, ma pensavo che non avrei mai imparato. Però ho tenuto duro: sabato, domenica e festivi rimanevo rinchiuso in pizzeria e vi assicuro che a 12 anni preferire un panetto di pasta ad un pallone non è certo facile».

Ambasciatore della Pizza Napoletana a Expo Milano 2015

Dopo tanta gavetta e molti sacrifici, Vincenzo diventa ambasciatore della Pizza Napoletana a Expo Milano 2015, l'evento mondiale sul cibo: «Ci sono arrivato - ricorda - dopo aver avviato più di 15 locali nel mondo con l'insegna Rossopomodoro. Clelia Martino, Franco Manna e Antonio Sorrentino hanno visto in me cose che nemmeno io credevo di poter avere. Mi hanno dato fiducia portandomi in alto a rappresentare la nostra terra in un piatto. Ora sono diventato campione mondiale di pizza napoletana (categoria Rossopomodoro, vice campione Stg, 3° classificato a Las Vegas), con importanti risultati conseguiti sul campo sia in Italia sia in America: così sono riuscito a ripagare sogni e sacrifici di tutte le persone che hanno creduto in me».

Uno spettacolo che incanta i commensali

I menu che vengono serviti nei locali di Vincenzo Capuano prevedono antipasti, pizza contemporanea e della tradizione. «Uno degli elementi più identitari - spiega il pizzaiolo - è rappresentato dal fatto che tagliamo a tavola con forbici dorate le pizze davanti ai nostri commensali. Arrivano turisti da tutto il mondo per assistere a questo spettacolo e per assaggiare le nostre creazioni. Lavoriamo un impasto super idratato, grazie a tecniche particolari, e utilizziamo le farine del Mulino Caputo».

Le farine di altissima qualità di Mulino Caputo

Dal 1924 Mulino Caputo produce farine di altissima qualità, con grano selezionato e nel pieno rispetto delle materie prime e della tradizione. La famiglia Caputo, che dal 1939 ha sede nel mulino di San Giovanni a Teduccio, l'ultimo rimasto nella città di Napoli, utilizza da tre generazioni un metodo a macinazione molto lenta, che permette di preservare al massimo la naturalità, le proprietà organolettiche e l'autenticità del gusto.

Per maggiori informazioni sui locali di Vincenzo Capuano si può visitare il sito **www.capvin.com**, oltre ai canali social. I locali napoletani gestiti da Vincenzo Capuano offrono anche servizio di delivery. Ecco dove si trovano:

- Napoli Vomero, piazza degli Artisti 39
Tel 0813 793476
- Napoli Lungomare, piazza Vittoria 8
Tel 0811 8754037
- Pompei, via Roma 27
Tel 0814 243646
- Pozzuoli, via San Paolo 17-18-19
Tel 0811 8813050 cod 87175

ALTA QUALITÀ, RICERCA E TERRITORIALITÀ PROTAGONISTE A *TUTTOPIZZA*

di ***Mariella Morosi***

foto Francesco Begonja

Il mondo della pizza si è dato appuntamento a Napoli per una ripresa nel segno della fiducia, della creatività e dell'innovazione, pur rafforzando il legame con le origini e la tradizione. È quanto si è percepito a TuttoPizza Expo, il Salone internazionale alla Mostra d'Oltremare di Napoli, con migliaia di presenze tra protagonisti dell'Horeca, titolari di ristoranti, pizzerie, attività legate al food&beverage, grossisti e distributori in rappresentanza di oltre 200 brand.

L'evento che si è svolto alla Mostra d'Oltremare di Napoli ha visto la presenza di oltre 200 brand. Premiata anche la miglior pizzeria: è La Vita è Bella di Casal di Principe e Trentola Ducenta

Le peculiarità di questa edizione sono state la qualità, l'innovazione, ma anche il futuro del settore. È stato infatti presentato anche il progetto legato al museo della pizza. Ma non solo, durante la kermesse c'è stata anche una gara. La pizzeria La Vita è Bella di Casal di Principe e Trentola Ducenta si è classificata al primo posto al Trofeo TuttoPizza, giunto alla quinta edizione. Incontenibile l'entusiasmo della squadra capitanata da Antonio Della Volpe, davanti al team di Ciro Magnetti, campione mondiale 2019, secondo classificato, e al team New Pizza Tony di Campobasso, terzo.

La quinta edizione di TuttoPizza, organizzata dall'Associazione Pizzaiuoli Napoletani (Apn) con la direzione di **Raffaele Biglietto**, affiancato da Sergio Miccù, presidente di Apn, e con la collaborazione di Squisito Eventi, dopo il fermo di due anni dovuta alla pandemia è stata molto apprezzata da tutti. «Cresce - ha rilevato Biglietto - la professionalità degli operatori del comparto. Si punta sulla napoletanità ma anche sulla ricerca, sull'innovazione di prodotto, sui nuovi abbinamenti, sull'abbigliamento da lavoro, sul look, sulle attrezzature e sull'arredo. Nulla più è lasciato all'improvvisazione e la pizza diventa un vero e proprio piatto. Il settore si è mostrato resiliente e capace di reagire al periodo di forti oscillazioni anche registrate negli acquisti di materie prime importanti».

Il taglio del nastro è avvenuto alla presenza del direttore generale del Ministero delle Politiche Agricole, Giuseppe Ambrosio, del presidente e della consigliera delegata della Mostra d'Oltremare, Remo Minopoli e Maria Caputo. TuttoPizza si è confermato il punto di riferimento per gli scambi commerciali tra produttori e imprenditori della ristorazione e dell'Horeca in generale, ma anche l'occasione per un confronto tra i pizzaioli e le principali aziende del settore. «I pizzaioli - ha dichiarato **Sergio Miccù**, presidente Apn - non inseguono più il risparmio ma, al contrario, puntano a innalzare il livello delle materie prime e sono attenti alla ricerca».

cod 87111

PIZZA BIT COMPETITION
27 SEMIFINALISTI IN GARA TRA GIUGNO E LUGLIO

Dopo le 9 tappe regionali, le gare proseguono nei mesi estivi sulle spiagge di Calabria, Abruzzo ed Emilia Romagna. L'obiettivo dei partecipanti è conquistare il titolo di Pizza Ambassador 2023 Molino Dallagiovanna

Sono terminate il 16 maggio scorso in Puglia le 9 tappe regionali di Pizza Bit Competition, la gara che Molino Dallagiovanna ha ideato per i pizzaioli professionisti in collaborazione con Gambero Rosso. Dai 180 pizzaioli iniziali, attraverso le selezioni regionali iniziate a febbraio, sono rimasti solo in 27 i pretendenti al titolo di "Dallagiovanna Pizza Ambassador 2023", volto ufficiale del Molino per il settore pizza in Italia e nel mondo. I concorrenti che si sono sfidati sulla "Pizza tonda classica al piatto" sono stati giudicati da giurie composte da esperti del settore, blogger e giornalisti. I 3 semifinalisti provenienti da ogni tappa regionale sono risultati i migliori in base a ricetta dell'impasto, presentazione del piatto finale, assaggio e professionalità.

La gara continuerà a giugno e luglio con le 3 semifinali sulle spiagge di Calabria, Abruzzo ed Emilia Romagna, in programma rispettivamente il 20 giugno a Tropea (Vv) presso il Blanca Beach Club by Valentour, il 27 giugno a Roseto degli Abruzzi (Te) presso il Lido Mirella e il 4 luglio a Cervia (Ra) presso il Fantini Club. Anche nelle semifinali i pizzaioli si confronteranno sulla realizzazione della Pizza tonda classica al Piatto. A giudicarli, in aggiunta alla giuria tecnica, anche una giuria popolare. Finalissima il 10 settembre presso la sede di Molino Dallagiovanna in occasione delle celebrazioni dei 190 anni dell'azienda.

Partner tecnico dell'intera competizione è Moretti Forni, azienda specializzata nelle tecnologie di cottura dei prodotti lievitati, che ha ospitato la gara delle Marche presso la propria Accademia della Cottura MorettiLAB. Durante le semifinali e la finale, Molino Dallagiovanna si avvarrà della collaborazione di Cast Alimenti, la scuola di cucina di cui è partner da molti anni per sostenere la formazione e l'eccellenza delle professioni. Presentatori d'eccezione saranno i due chef e noti conduttori televisivi Andrea Mainardi e Daniele Persegani.

Sempre in occasione delle semifinali e della finale ci sarà l'ingresso tra i partner di Pizza Bit Competition di RDS 100% Grandi Successi come official radio, che per l'occasione ha ideato un piano cross-mediale e multipiattaforma sui propri canali per fare da cassa di risonanza alle attività legate all'evento. In occasione delle semifinali saranno previsti inoltre dei momenti di musica e intrattenimento con i DJ set 100% Grandi Successi, che per la finale si arricchiranno della presenza del conduttore Giacomo Ciccio Valenti. cod 87128

Per informazioni:
www.dallagiovanna.it/pizza-bit-competition

LA DIVISA DEL BARMAN

TRA STORIA E TENDENZE: IL CLASSICO NON TRAMONTA MAI

Se negli anni '80 ha preso piede una nuova concezione della figura del bartender, con un look più comodo e contemporaneo, nell'ultimo decennio si assiste a un ritorno di accessori ottocenteschi. Ripercorriamo la storia

di ***Carmine Lamorte***

Il detto "l'abito non fa il monaco" quasi sempre è corretto: se nell'abito non vi è un vero "monaco" dopo un po' ce ne accorgiamo, però al primo incontro, a prima vista, può essere di grande aiuto... Detto ciò, precisiamo che avere una divisa adeguata al proprio ruolo è obbligo di legge: infatti la normativa igienica prevede che non si possa lavorare in abiti "civili" e che durante lo svolgimento dell'attività lavorativa vi sia l'obbligo di indossare abiti adeguati a tale scopo. Purtroppo questa norma viene spesso disattesa e lo si deve rilevare particolarmente nelle aziende di basso livello professionale, ma non solo.

Il ministero del Lavoro sancisce infatti le tre più importanti funzioni che svolgono le divise da lavoro, nella circolare n. 34 del 29 aprile 1999: è un elemento distintivo dell'azienda in cui si lavora; rappresenta una protezione per la sicurezza e la salute del lavoratore, per evitare infortuni o incidenti; protegge gli indumenti personali dall'usura nell'espletare il proprio lavoro. Ma una bella divisa, elegante, pulita e ordinata, è anche veicolo pubblicitario per l'azienda, in molti casi è indicato il nome del locale, oltre ad essere un'ottima comunicazione dell'immagine aziendale. Inoltre serve a creare squadra, tenere unito il team di lavoro rendendo importante il singolo collaboratore.

Le prime divise di barman e bartender: eleganti e formali

Definendo la nascita della professione del barman possiamo datare tra il 1800 e il 1900 la comparsa dei primi bartender professionisti negli Usa, con Jerry Thomas a rappresentare l'essenza del bartending e a rivoluzionarne la presenza. All'inizio la professione del barman non era vista di buon occhio. La divisa dei primi barman era composta da un grembiule che faceva molto taverna ed evitava

di sporcare gli abiti, poi con l'avvento di personaggi come Jerry Thomas che rivoluzionarono il lavoro a partire dalla divisa, ecco che il barman si presentava in camicia bianca crespa, cravatte bianche o papillon neri con gilet o giubbotti mantenendo le divise pulite durante il lavoro.

In Europa con l'apertura dei primi American bar all'interno degli hotel, si iniziarono a vedere barman eleganti in giacche e camicie bianche con lunghe cravatte nere o papillon: tra i primi Harry Craddock, barman che era stato negli Usa per diversi anni fino all'avvento del proibizionismo e che al suo ritorno in Europa, a Londra, con l'apertura all'inizio degli anni '20 del Novecento presso il Savoy Hotel portò la novità dell'American bar che piano piano si diffuse in tutta Londra e poi in Europa. Tra i nuovi stili quello dell'uniforme che vedeva il bartender vestito in modo elegante con pantaloni e scarpe nere, camicia e giacca bianca con cravatta lunga, divisa che rimase in voga fino agli anni '80-90 all'interno di tutti gli alberghi europei e principalmente in Italia, gli unici luoghi dove fino ad allora si trovavano barman professionisti.

Le nuove tendenze degli anni '80: abbigliamento più comodo e moderno

Con l'avvento del flair bartending degli anni '80 grazie al film "Cocktail" che lanciò un giovane Tom Cruise e un nuovo modo di lavorare, arrivarono un sacco di novità, a partire da un nuovo look del bartender che lo vedeva non più in bianco ma in nero: infatti maglie, camicie e polo nere fecero la loro comparsa sulla scena del lavoro del barman per poter nascondere le eventuali macchie che potevano derivare da un lavoro frenetico e veloce, con visi puliti e la comparsa dei primi timidi tatuaggi a far parte della divisa. Per oltre un ventennio questa tendenza fece il giro del mondo, portando i giovani barman a identificarsi in un personaggio e trovare occupazione nei numerosi cocktail bar, disco bar, rock cafè che si aprivano un po' ovunque, abbandonando l'obiettivo della divisa classica e del lavoro alberghiero, attraverso divise che non erano più quelle tradizionali di giacca e cravatte o papillon ma polo scure o multicolorate con scarpe ginniche e jeans alla moda.

La moderna mixology e il ritorno di accessori ottocenteschi

Ma dal 2010 un nuovo cambiamento nell'atteggiamento e nella divisa del bartender era dietro l'angolo, con l'avvento della moderna mixology e della tecnica "bar chef", la riscoperta degli speakeasy. Ed ecco che le divise riprendono ad evolversi andando a rispolverare vecchie abitudini ottocentesche: gilet attillati, reggimaniche, camicie bianche con papillon e cravatte nere, ampi grembiuli da oste, barbe lunghe e cappelli a bombetta o coppole e la moda dei tatuaggi in mostra a completare la divisa, ma anche giacche a metà tra quella del cuoco e del maître di sala.

Sicuramente l'abbigliamento classico non tramonterà mai, e continueremo a trovarlo negli ambienti più eleganti degli hotel di lusso e dei cocktail bar esclusivi, dove una giacca beige o bianca da barman con la camicia bianca immacolata, cravatta nera o papillon, le scarpe nere lucide e i pantaloni scuri permettono ai clienti di riconoscere l'eleganza la classe e lo stile di un vero pro- ➜

fessionista. Perché anche se l'abito non fa il monaco, può però essere utilissimo al primo incontro!

Origini e storia delle divise professionali: i cuochi

La divisa del cuoco, a partire dal cappello, la famosa "toque", una volta salvava la vita ai cuochi: infatti nel XVI secolo spesso i cuochi si dovevano rifugiare nelle chiese, per sfuggire alle persecuzioni che colpivano gli artigiani, del "libero pensiero", così si confondevano con i preti indossando vesti lunghe e cappelli alti con la sola differenza del colore, grigio anziché nero. Il fazzoletto bianco intorno al collo, che oggi non usa quasi più nessuno, serviva ad assorbire il sudore; i pantaloni a scacchi neri e bianchi servivano a nascondere le macchie mentre la giacca spessa a doppio petto isola dal calore e protegge da rovesciamenti di liquidi caldi. Il colore bianco poi è da accumunare, a partire dal Medioevo, al periodo in cui i cuochi operavano nelle case dei nobili i quali erano gli unici a potersi permettere tale personale, così come potevano permettersi un medico il quale usava abiti bianchi, sinonimo di purezza e pulizia; per questo motivo anche i cuochi iniziarono ad indossare giacche bianche sinonimo di esclusività e status sociale.

Nei secoli passati i cuochi non indossavano divise e non erano tenuti in buona considerazione dalla società. Per avere un certo ordine nel lavoro dei cuochi e della divisa dobbiamo ringraziare due grandi chef francesi, Marie-Antoine Carême ed Auguste Escoffier, che oltre a riorganizzare il lavoro della cucina moderna pensarono di dare un significativo prestigio al lavoro sviluppando la divisa da chef. Da allora la crescita professionale non si è più interrotta, in linea con i cambiamenti dei tempi. Se un tempo la lunghezza del cappello del cuoco indicava il suo prestigio e competenza, oggi vi sono cambiamenti in questi indicatori, ad esempio uno chef si distingue se anziché i pantaloni a scacchi indossa pantaloni neri con la giacca con il proprio nome o del locale dove opera.

Il servizio di sala: cameriere, maggiordomo, maître d'hotel

Nell'ambito della sala ristorante invece la divisa del cameriere o cameriera deriva da epoche molto lontane. Il nome stesso pare derivi da "Camerlengo" ancora oggi in uso in Vaticano: definiva un servitore del papa, e ve ne erano di due categorie, il cameriere segreto che svolgeva le funzioni non visibili all'esterno, interne al palazzo, e il cameriere ufficiale che svolgeva funzioni visibili all'esterno e rivolte a terze persone.

Fino alla fine dell'800 il lavoro di sala, quello del cameriere come lo intendiamo noi oggi, era svolto esclusivamente da personale maschile in ambito Europeo, ma a partire già dal 1860 negli Stati Uniti con l'avvento della conquista dell'Ovest e l'apertura dei saloon, luoghi dove si ascoltava musica, si giocava si mangiava e si bevevano birra e cocktail, si iniziò ad impiegare cameriere che venivano denominate "server", pubblicizzando la loro presenza come "belle cameriere", con il compito di consegnare birra e cocktail ai clienti maschi indossando begli abiti, con sottovesti corte e ridotte simili ad

abiti da ballo. Questa moda durò circa un trentennio, ma alla fine i riformatori puritani riuscirono ad eliminare le "belle cameriere" vietando la vendita di alcolici nella sale da musica, anche se è arrivato fino ai giorni nostri il costume che cameriere in abiti succinti possano attrarre clienti. Un certo Fred Harvey, gestore di sale da pranzo a Santa Fe, introdusse le prime divise funzionali e standard per il proprio personale di servizio già nel 1883, mentre nel 1895 a Denver un ristoratore introdusse uniformi complete come mai si era visto prima negli Stati Uniti.

Sicuramente la vita dei palazzi nobili d'Europa del '700 e dell'800 hanno dettato le regole della gerarchia alberghiera oltre che dell'abbigliamento, principalmente nelle grandi case inglesi e francesi dove la divisa in alcuni casi definita "livrea" e distingueva lo status della casa e il ruolo di chi la indossava: più era importante e ricco il nobile, migliori ed eleganti erano le divise dei suoi servitori.

Lo steward o il maggiordomo come gli attuali maître d'hotel indossavano frac, panciotti, guanti bianchi, papillon neri e successivamente cravatte nere, mentre i camerieri sempre in guanti bianchi con pantaloni scuri, scarpe lucidissime e calze nere indossavano giacche a spencer, divise che per alcuni aspetti si sono tramandate nel corso degli anni facendo giungere ai giorni nostri a secondo della struttura ristorativa o alberghiera un certo stile di divisa, e se i guanti bianchi simbolo di purezza e rispetto per l'ospite spariscono, rimangono però smoking per la sera e giacche creme o bianche per il giorno, con il papillon nero o bianco a seconda se si è maître, chef de rang o commis passando per la coreana in alcuni posti molto caldi. Sicuramente la scelta iniziale del nero nei pantaloni o nelle giacche fu per mascherare eventuali macchie da servizio, ma il bianco della camicia è rimasto inalterato nel tempo.

L'evoluzione moderna dei costumi e delle mode è arrivata anche nel campo della ristorazione dove le divise hanno avuto un tocco di personalizzazione da parte delle diverse attività ristorative portando ad uscire dai classici schemi del bianco e nero facendo arrivare nelle sale colori nuovi, sgargianti e allegri con divise moderne come polo, camice a mezze maniche o giacche colorate anche in ambienti lussuosi. cod 87209

DIVISE COMODE MA ANCHE ELEGANTI PER FARE LA DIFFERENZA

Se in passato l'aspetto esteriore era lasciato quasi esclusivamente alla discrezione e al protagonismo del barman, oggi sono molti i locali che investono anche sull'abbigliamento, facendone quasi un marchio di fabbrica

di ***Giorgio Lazzari***

Tra novità e tendenze che riguardano il vasto mondo dei bar e dei cocktail, la divisa da barman fa spesso la differenza e nel corso degli anni ha acquisito un'importanza crescente. La regola generale prevede il pantalone lungo o la gonna sotto il ginocchio, con linee tendenzialmente eleganti. Anche la camicia è a maniche lunghe, sia in estate che in inverno, spesso risvoltata sulla manica. Sul mercato sono cresciute le aziende specializzate nella fornitura di abiti da lavoro, realizzati anche a livello sartoriale con i materiali più disparati, che seguono anche la moda del momento senza mai tralasciare la comodità. Se in passato l'aspetto esteriore era lasciato quasi esclusivamente alla discrezione e al protagonismo del singolo, oggi sono molti i locali che investono anche sull'abbigliamento, facendone quasi un marchio di fabbrica. È il caso di **Giuseppe Surace**, che durante il lockdown ha deciso di lasciare il posto fisso da ingegnere per gestire il locale Bella Milano Bistrot nella zona dei Navigli, che abbina i cocktail ad una piccola cucina con panini e tapas.

Il Bella Milano Bistrot di Giuseppe Surace

Divise che non passano inosservate

«Sono cresciuto in una trattoria calabrese e successivamente ho studiato ingegneria a Milano - racconta Surace - la voglia di tornare alle origini mi ha portato ad aprire un'attività tutta mia. Abbiamo toccato con mano quanto sia importante avere divise comode ed eleganti, che alla fine fanno la differenza. Abbiamo deciso di utilizzare il modello Bistrot di Isacco, misto pelle e tessuto, con doppia tasca e bretelle. Sono molto comode e siamo rimasti contenti e soddisfatti».

Per quanto riguarda le tendenze, Giuseppe Surace sottolinea come «va forte l'abbinamento tra food & beverage, la moda si sposta dal gin al whisky e proponiamo cocktail molto particolari come lo "Smoky Mary", con pomodoro chiarificato e affumicato, colatura di alici, salsa ponzu e acqua di capperi». Cocktail sempre più originali, che si ispirano anche ai piatti della tradizio-

Christian Olivari

ne culinaria italiana, in abbinamento a tapas e a piatti gourmet. Il ruolo del barman si evolve per rimanere al passo con i tempi e tra i professionisti del settore prevale la fedeltà alla filosofia e allo stile del locale.

Il look può fare la differenza

Christian Olivari, oggi al Gentlemen's Cafè di Arluno (Mi), ha lavorato in numerosi locali, dagli alberghi a birrerie e pub. Nei panni del barman ha indossato giacca e cravatta, t-shirt o divisa in base ai diversi contesti. «Sicuramente la divisa può fare la differenza - commenta - nel mio caso ho iniziato come barista diurno, ma poi ho voluto vivere questa professione in tutte le sue sfaccettature. Oggi vanno molto i signature e proponiamo drink più complessi. Siamo anche un laboratorio di cucina liquida e ci divertiamo a creare cocktail con nomi e gusti di piatti famosi, come il Milanese o il Carbonaro, per finire con la Sacher Torte».

Isacco, divise eleganti e di qualità

Tra i fornitori dei pubblici esercizi, che creano modelli originali utilizzando diversi tessuti, troviamo Isacco, azienda bergamasca che nel corso di tre decadi si è imposta nel mondo delle divise da lavoro con una produzione ad ampio raggio, arricchita di anno in anno da nuove referenze. Ben otto i settori di riferimento: alimentare, industria e servizi, beauty & wellness, calzature, chef e cucina, Horeca, medicale, scuola e bambini, tovagliato. Divise comode, figlie di una ricerca che pensa all'ergonomia e alla sicurezza, ma nello stesso tempo assicura l'eleganza.

Lavaggio professionale degli indumenti da lavoro

Gli indumenti da lavoro che vengono a contatto con i generi alimentari devono essere mantenuti in perfette condizioni igieniche. Per questo motivo anche l'abbigliamento indossato dal personale di servizio nei bar deve essere lavato in modo professionale. Mewa offre un servizio di "Textilsharing" che copre a 360 gradi tutte le esigenze delle strutture di ristorazione e dei bar, sollevando i titolari da tutti gli oneri collegati alla gestione degli indumenti da lavoro. L'azienda cura l'intero processo di gestione, dalla raccolta dei capi, alla riparazione e lavaggio prima della riconsegna.

Abbigliamento personalizzato e alla moda

Waxmore è una startup innovativa che crea, anche a livello di design, divise professionali con un occhio alla moda. L'abbigliamento è spesso coordinato con il tipo di locale e le scelte che riguardano drink e cocktail. Una divisa consente di differenziarsi dalla concorrenza e rappresenta il primo colpo d'occhio per i clienti del locale, che sempre più spesso postano le immagini sui social. Waxmore punta sull'originalità, che non vuol dire per forza proporre stranezze esagerate, ma uno stile alla moda e di sostanza, in grado di fornire un tocco di originalità al locale, senza tralasciare la comodità. cod 87268

Isacco
Modello Bistrò

GIULIA SOCIA
VINCE IL 1° TROFEO PIAZZA SAN MARCO DI ABI PROFESSIONAL

Giulia Socia con il Trofeo Piazza San Marco

di ***Gabriele Ancona***

A Venezia, il 16 maggio, la" piazza delle piazze" è stata il teatro della prima edizione di una competizione unica tra bartender: il Trofeo Piazza San Marco, ideato da Abi Professional. Piazza protagonista per davvero in quanto i professionisti selezionati si sono sfidati in due tornate al Gran Caffè Quadri e al Caffè Florian.

Ingredienti top secret

Dei 100 candidati iniziali, sono stati selezionati 20 professionisti che si sono sfidati nella preparazione di un cocktail con una ricetta inedita. Gli ingredienti da utilizzare sono stati rivelati prima della gara. Ogni concorrente ha avuto 10 minuti per sottoporre alle due giurie il proprio drink. Quella tecnica ha visto al tavolo Sebastiano Costalunga (assessore al Commercio Comune di Venezia), Claudio Vernier (Presidente Associazione Piazza San Marco), Danilo Bellucci (coordinatore degli sponsor), Angelo Boscolo (Abi Professional). Quella del gusto Nicola Rigoni e Claudio Prestifilippo (Pal Zilieri), Michele Ongaro (Rossi d'Asiago), Massimo Milanese (direttore Caffè Lavena, Piazza San Marco), Rodolfo Guarnieri (Bargiornale), Gabriele Ancona (Italia a Tavola). Deus ex machina dell'evento Nicola Giuseppe Bressan, coordinatore Abi Professional Triveneto.

Valorizzare i barman e avvicinare i giovani

Il bartender challenge è stato organizzato da Abi Professional e Associazione Piazza San Marco, con Campari Academy come main sponsor, per valorizzare la figura del barman e soprattutto, per avvicinare i giovani a questa professione. Una manifestazione sostenuta anche da Ceado, Bonaventura Maschio, Volare, Pal Zileri, Kranebet, Consorzio Promovetro Murano, Alpitour World, Aperitivo Italiano.

Due gare una piazza

Ma entriamo nel vivo. L'evento è stato condotto dal socio Abi Gianmario Artosi. Alle 14,00 i primi 10 concorrenti hanno realizzato le loro ricette nelle antiche sale del Gran Caffè Quadri. Dopo due ore ci si è spostati sul lato opposto di San Marco per mettere alla prova gli altri 10 professionisti al Caffè Florian. Di ottimo livello tutti gli elaborati, tanto che la graduatoria si è definita nell'ordine dei centesimi. Questi i podi. Gran Caffè Quadri: Giulia Socia (Birreria du Relais, Champoluc, Ao), seguita da Lino Marchese (Hotel Excelsior Lido, Venezia) e Michael Costantini (Gran Caffè Lavena, Venezia). Caffè Florian: Gionata Repetti (Aris Caffè, Piacenza), secondo gradino del podio per Mirko Salvagno (Mantova), terzo Gianluca Brizzolesi (Emporion, Piacenza).

Il testa a testa

Gran finale al Florian con i vincitori di gruppo che si sono confrontati creando una ricetta originale con ingredienti svelati al momento. Testa a testa, quindi, tra Giulia Socia e Gionata Repetti. La prima edizione del Trofeo Piazza San Marco è stata al femminile con Giulia Socia che ha conquistato l'opera unica in vetro di Murano disegnata dal Consorzio Promovetro di Murano e realizzata da AAV Barbini Specchi Veneziani. Laguna il nome della sua ricetta, a base di Gin Puro, Triple Sec, Bitter Campari, lime fresco, cranberry e Grand Marnier. Decorazione con foglie di ananas, mela verde essiccata, lime e ribes. Laguna Dreams il cocktail di Gionata Repetti: Xibal Gin, Grand Marnier, Passion Fruit, Sweet & Sour. Con scorza di limone e arancia disidratata. cod 86870

Laguna il drink vincente

MARCELLA MAY
COCKTAIL CHE STIMOLANO TUTTI I SENSI

Marcella **Mangiameli**, in arte **Marcella May**, nasce ragioniera, a Termini Imerese, in provincia di Palermo, e nel suo futuro si prospettava un percorso fatto di numeri e calcoli, ma già da giovanissima faceva i "conti" con la sua fantasia, la sua curiosità ed il suo estro. Era giovanissima quando quasi per caso si ritrova dietro un bancone, in una di quelle esperienze lavorative che avrebbero dovuto essere un "lavoretto estivo". Invece, un amore a prima vista, un amore, ad oggi, lungo più di vent'anni, venti lunghi anni vissuti come fossero un viaggio, perché questo è ciò che la bartender siciliana ha sempre ricercato.

La crescita professionale di Marcella May è piena di esperienze, legate a numerosi locali della movida palermitana, a strutture alberghiere di prestigio e a luoghi incantevoli come Lampedusa, isola in cui da alcuni anni lavora e che è fonte continua di ispirazione, selvaggia e accogliente allo stesso tempo, diventata come una seconda terra natia.

L'incontro con Abi Professional è stato un passaggio obbligato, l'esigenza di comunicare e collaborare con professionisti del settore, che potessero oltre che condividere una passione, arricchire un percorso, era necessario. Ad introdurla in questa meravigliosa realtà, conosciuta quasi per caso, è stato l'incontro con Carmine Mattia Perciballi, barman di caratura internazionale, che l'affida nelle mani sapienti di Domenico Randazzo, consigliere nazionale dell'associazione.

Nell'ottava edizione del Concorso Regionale Abi Professional riservato ai barman professionisti della Sicilia, Marcella May è stata premiata per la miglior tecnica della miscelazione e il miglior finger food proposto in abbinamento al cocktail. «Ho voluto privilegiare ed esaltare le eccellenze del mio territorio - racconta - e soprattutto rivendicare la mia sicilianità proponendo il "Fico Sour" un cocktail che come si intuisce dal nome, ha come protagonista il Fico d'India, impreziosito attraverso le nuove tecniche della mixology. Anche per il finger food era centrale la riscoperta della mia terra, una terra che per sua natura propone spunti gastronomici di eccellenza, come il pesce e le verdure. A guidarmi in questa scelta, in questo viaggio, è stato Roberto Torregrossa, chef che da sempre persegue il mio stesso obiettivo, la ricerca e l'esaltazione delle materie prime a km zero. Un incontro di odori, profumi, sapori, colori e consistenze che oltre ad aver portato un risultato vincente, sottolineano che bere è come viaggiare, attraverso tutti e cinque i sensi senza mai dimenticare il "sesto senso" che fa sempre tornare dove si è felici». cod 87216

CONCESSIONI BALNEARI CHE PASTICCIO!

IN GIOCO C'È UN COMPARTO STRATEGICO PER IL NOSTRO TURISMO

di *Alberto Lupini*

«Qualora il centrodestra vincesse - come ci auguriamo - le elezioni nel 2023, ci impegniamo solennemente a modificare la norma approvata dal Senato». Per chi sperava che l'accordo raggiunto sulla questione dei balneari potesse avere una qualche credibilità, è bastato leggere le dichiarazioni del senatore **Massimo Mallegni** per capire che ancora una volta in Italia le leggi sono fatte per essere ignorate, o al più ribaltate.

E in questo caso come non dare torto al parlamentare pasdaran di bagnini e gestori di baretti e ombrelloni? La parte del decreto concorrenza che riguarda gli stabilimenti balneari è un classico esempio di un bizantinismo formale che nasconde la scelta di non decidere...

Il vero obiettivo del Governo è non perdere i fondi europei del Pnrr

Anche se la normativa europea (la direttiva Bolkestein) fissa precise regole,

l'Italia fa solo finta al momento di accettarle per non perdere i 200 miliardi del Pnrr che richiede alcune riforme base, fra cui quelle sull'uso di beni pubblici (quali sono appunto le aree demaniali che comprendono anche le spiagge). In effetti non c'è niente di chiaro e di definitivo nel compromesso imposto da Draghi.

Resta il nodo degli indennizzi per chi dovesse perdere la concessione

In primo luogo, fino alla fine dell'anno, se va bene, non sapremo come sarà sciolto il nodo centrale degli indennizzi per chi dovesse perdere all'asta la concessione di un tratto di litorale su cui ha magari edificato piscina, discoteca e ristorante... Il punto è come valutare questi beni. Sulla base dei dati di bilancio (investimenti fatti, ammortamenti e rincassi) o sulla base di perizie di stima? La differenza non è di poco conto perché molte di queste attività hanno magari operato (nella più completa tolleranza delle istituzioni) in nero. E in ogni caso quale sarà la percentuale di rimborso di questi beni? Parliamo di un diritto inalienabile il cui valore sarà forse risolto solo dai decreti attuativi da emanare entro la fine dell'anno, dopo che i partiti hanno deciso di non decidere.

Una tipica sanatoria all'italiana...

Non dimentichiamo infatti che per vincere le resistenze della Lega era stata decisiva l'ultima stesura del testo, oltre ad allungare di un anno la vita alle aziende balneari sulla base delle attuali concessioni (che allo Stato non rendono nulla), ed era stata rinviata ai ricordati decreti delegati la discussione sulle modalità di calcolo degli indennizzi per i concessionari uscenti. In più, aspetto quasi scivolato nel dimenticatoio, era stato tolto il riferimento al codice della navigazione che prevede la revoca delle concessioni, senza indennizzo, a chi ha compiuto abusi. Un modo tutto italiano per fare una sanatoria ed applicare una sorta di condono edilizio gratuito per chi ha edificato senza autorizzazioni su queste spiagge. Sta di fatto che almeno una pezza è stata messa, ma non è certo coi dubbi o con la speranza che possa vincere un partito "amico" alle prossime elezioni politiche che si possono dare prospettive certe ad un comparto strategico per il nostro turismo. In campo ci sono 30mila aziende, fra chi gestisce solo uno stabilimento balneare e chi ha invece concessioni legate ad altre attività come hotel, villaggi, ristoranti, discoteche, bar che hanno delle spiagge ad uso dei clienti.

cod 87276

E SE IL COVID RITORNASSE? SERVIRÀ "CAMBIARE ARIA"

di ***Matteo Scibilia***

Le notizie sull'andamento della pandemia, attualmente maggio 2022, fanno ben sperare, i contagi e i ricoveri stanno diminuendo e sono sotto controllo, i numeri consentono al governo di allentare le restrizioni e far ripartire in quasi totale libertà le aziende dell'ospitalità e della ristorazione, bar compresi. Alcuni problemi stanno però rendendo non facile la ripartenza.

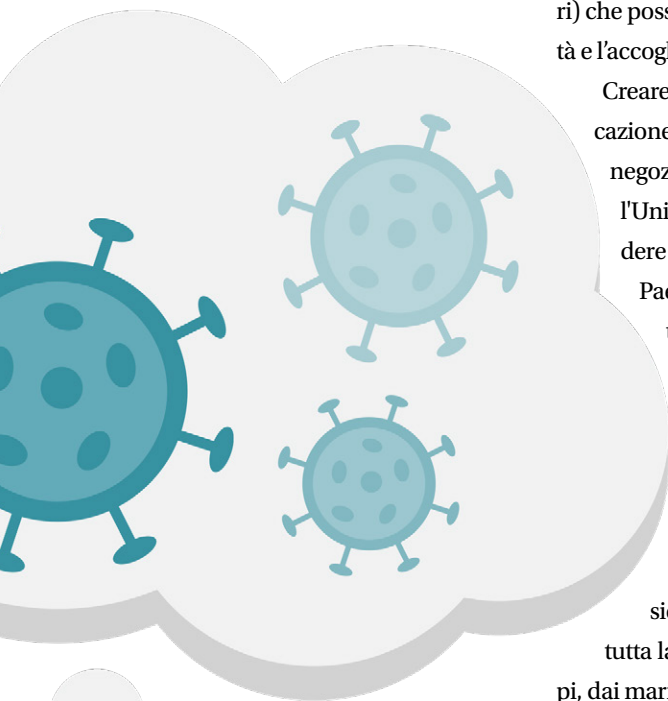
La prima piaga: la carenza di personale

È sotto gli occhi tutti la carenza spaventosa e nello stesso tempo incredibile del personale; analisi e dibattiti non sembrano tracciare un quadro realistico del fenomeno, cambiamenti delle abitudini, una diversa percezione dei ritmi di vita con una conseguente visione in negativo dei ritmi di lavoro nel settore ospitalità, al "grido" quando gli altri si divertono noi lavoriamo, sembra infatti non sia più conciliabile lavorare durante i week end, la sera e i giorni festivi, il tutto accompagnato da denunce di stipendi bassi e contratti di lavoro non applicati. Insomma, una situazione che è diffusa anche in altri paesi occidentali, ma da noi nel nostro Paese, la situazione è ancor più aggravata, e lo denunciano a voce alta le imprese, dai tanti supporti economici erogati dal governo, reddito di cittadinanza e aiuti sulla disoccupazione elargiti sembra, con facilità e con pochi controlli.

Il tema dello smart working

Un altro grande problema, anch'esso di non facile rimedio è lo smart working; le imprese, soprattutto di servizi, che applicano questa modalità di lavoro sono ancora moltissime, con una ricaduta sulle aziende della ristorazione, bar e pizzerie, dove a pranzo il servizio è paragonabile ad una mensa diffusa, che sono in grande difficoltà nella grandi città, Milano in testa. Un caso emblematico, amici parrucchieri lamentano che le impiegate in smart working sono scomparse, in genere durante l'intervallo del mezzogiorno le stesse lo impiegavano, appunto, per un ritocco veloce alla capigliatura. Una città e non l'unica, che con questa situazione fa fatica a ripartire.

E se il Covid tornasse?

Ma il dubbio che abbiamo e su cui desideriamo aprire un dibattito è un altro: i settori della ristorazione e dell'ospitalità sono pronti o piuttosto cosa fanno o faranno per rendere più sicure le proprie attività?

Le imprese stanno preparandosi ai nuovi scenari, laddove il Covid dovesse ripartire il prossimo autunno/inverno?

Le novità all'orizzonte

In molti sottolineeranno che le normative antiCovid sono state tutte adottate, ma forse c'è qualcosa di nuovo all'orizzonte.

Il mercato si sta attrezzando e proponendo nuove idee e soluzioni per rendere gli ambienti più sicuri e salubri, magari per evitare la discriminazione tra locali al chiuso e locali all'aperto. Lo sta facendo coinvolgendo le istituzioni e nel nostro caso anche la Fipe, la Federazione italiana dei Pubblici Esercizi.

L'obiettivo? Creare un protocollo di sicurezza in grado nel caso peggiore di ripresa della pandemia di limitare i danni, ma soprattutto comunicare al mercato, ai clienti che il settore è in grado di proteggere e proteggersi non solo contro i virus ma anche contro ogni tipo di inquinante indoor (compresi gli odori) che possa compromettere la salubrità e l'accoglienza dei nostri ambienti.

Creare nel caso anche una certificazione da apporre all'entrata dei negozi, un tema su cui sembra che l'Unione Europea stia per prendere decisioni precise, e che nei Paesi Scandinavi stanno già introducendo, con una app che possa indicare quali attività abbiano adottato un protocollo di salubrità.

L'Haccp, cioè il protocollo di sicurezza alimentare, in qualche maniera assicura una serie di garanzie su tutta la filiera alimentare, dai campi, dai mari e dalle terre fino alla cucina di qualsiasi grandezza, in tutti gli ambienti dove si manipola il cibo. Purtroppo o forse grazie al Covid questa consapevolezza è aumentata: siamo pronti a garantire una migliore salubrità e sicurezza nei locali dove si beve un caffè, si mangia una pizza o un risotto?

È ora... di cambiare aria

Durante i lockdown molti locali hanno sperimentato l'utilizzo dell'ozono e di altri metodi per sanificare gli ambienti. Ci chiediamo allora, un caffè bevuto all'aperto o una pizza somministrata su un marciapiede al fianco di auto e motorini, rispettano sì le norme che favoriscono le strutture all'aperto, ma con quali possibili danni alla salute?

Un ambiente sanificato forse non sarebbe meglio che un marciapiede avvolto dai gas di scarico?

Siamo a conoscenza di nuove tecnologie innovative atte a purificare l'aria, con l'abbattimento degli inquinanti e una sanificazione delle superfici totale, soprattutto le pareti sia interne che esterne, un miglioramento della qualità dell'aria interna, utilizzando tecnologie che si basano sul principio della fotocatalisi, un processo naturale di degradazione ossidativa, rapida ed efficace sugli inquinanti e sui microrganismi nocivi, con una elevata capacità virucide.

L'obiettivo è un cambiamento del concetto di sanificazione e l'individuazione di standard e linee guida per la qualità dell'aria negli ambienti indoor, temi su cui le autorità competenti stanno già lavorando assiduamente.

Non solo pubblici esercizi

Noi di Italia a Tavola siamo convinti che questo percorso potrebbe aiutare molto i pubblici esercizi, ma anche altri ambienti tra cui scuole, palestre, e ambienti ricreativi in genere, in collaborazione con l'azienda che distribuisce in Italia questi sistemi di purificazione, proprietaria del brevetto internazionale della tecnologia fotocatalitica innovativa con sede a Milano.

Stiamo verificando le reali potenzialità e gli aspetti economici del sistema, compreso il noleggio delle attrezzature, ma ci attiveremo presso le associazioni di categoria affinché l'impatto economico e di spesa non sia un ulteriore costo in un momento di difficoltà del settore, ma siamo altresì convinti che un cambiamento sia necessario. Il pubblico esercizio, il ristorante, l'albergo, il bar, la pizzeria, ma anche la mensa aziendale dovranno trasformarsi e adottare tutti gli accorgimenti e le misure per garantire ai propri ospiti e ai propri clienti una sempre maggiore e migliore sicurezza. Solo cosi, con un nuovo inizio e una nuova barriera al Covid, una vera ripartenza sarà possibile. cod 87078

OLI VEGETALI

IMPORTANTE CONOSCERE CARATTERISTICHE E DIFFERENZE PER DARE GARANZIE AI CONSUMATORI

In seguito alla pubblicazione sul numero di maggio di Italia a Tavola di un servizio, a firma di Serena Pironi e Francesca Agostini, riguardante i problemi legati all'approvvigionamento dell'olio di girasole, il presidente dell'Unione italiana per l'olio di palma sostenibile, Mauro Fontana, ha scritto alla nostra redazione per fare alcune precisazioni e chiedere chiarimenti. Di seguito riportiamo la lettera del presidente Fontana e la replica della tecnologa alimentare Serena Pironi. cod 87060

LETTERA DI MAURO FONTANA, PRESIDENTE DELL'UNIONE ITALIANA OLIO DI PALMA SOSTENIBILE

Scrivo in qualità di presidente dell'Unione italiana per l'olio di palma sostenibile, organizzazione costituita nel 2015 da un gruppo di associazioni di categoria e note aziende nazionali ed internazionali attive in vari settori merceologici che utilizzano nelle loro produzioni olio di palma, con l'obiettivo principale di promuovere l'impiego di olio di palma sostenibile da parte delle aziende italiane e la corretta informazione dei consumatori. Abbiamo letto l'articolo intitolato "Scarseggia l'olio di girasole, ma è davvero il migliore?", a firma di Serena Pironi e Francesca Agostini e abbiamo ritenuto opportuno condividere alcune osservazioni e suggerimenti di revisione.

La nostra prima osservazione è che l'olio di palma non è un olio da seme, bensì, proprio come l'olio d'oliva, si ottiene per spremitura del frutto della palma da olio.

La seconda osservazione è relativa alla raccomandazione ri-

guardante il consumo di grassi all'interno di un'alimentazione bilanciata. Il testo riporta una percentuale di assunzione di grassi del 20%, di cui 2/3 insaturi, che però non corrisponde alle indicazioni ufficiali. Il Crea-Centro di Ricerca Alimenti e Nutrizione raccomanda infatti nelle "Linee Guida per una Sana Alimentazione 2018" di non superare il 30% delle calorie totali. Un quantitativo superiore di grassi è raccomandato poi nei processi di crescita e nella prima infanzia (bambini di età inferiore ai 3 anni), in cui la quota di grassi nella dieta deve essere più elevata e compresa tra il 35 e il 40% delle calorie assunte.

L'olio di oliva viene giustamente apprezzato per la sua bassa concentrazione di grassi saturi. Tuttavia è bene tener conto del fatto che il consumo di olio di oliva è la seconda fonte di grassi saturi nella dieta degli italiani per via dell'elevato livello di consumo pro-capite, come si può evincere anche dagli Studi sui consumi alimentari in Italia, 2005-2006 del Crea. Inoltre, nell'articolo viene evidenziato come l'olio di oliva sia ricco di antiossidanti tocoferoli, precursori della vitamina E. A tale proposito, vale la pena di precisare che anche l'olio di palma contiene questi importanti antiossidanti, come sottolinea l'Istituto Superiore di Sanità: «Oltre agli acidi grassi, l'olio di palma grezzo contiene componenti quali vitamina E, soprattutto in forma di tocotrienoli (fino a 500 mg/kg di olio grezzo) e alfa tocoferoli (150-200 mg/kg), carotenoidi (500-2.000 mg/kg), e fitosteroli (40-90 mg/100 g). Alcune modalità di raffinazione dell'olio di palma per uso industriale determinano una riduzione fino al 40% del contenuto di vitamina E e della maggior parte dei carotenoidi (Gibon V. et al., 2007)».

Sul punto di fumo dei principali oli vegetali, si pone l'accento sugli oli con punto di fumo più basso, preferibili per una consumazione a crudo. Riteniamo sia corretto integrare l'informazione con un'indicazione del fatto che l'olio di palma, che ha il punto di fumo più alto, è ideale per le fritture.

Nel vostro articolo si legge inoltre: «L'olio di palma, fino a pochi anni fa ampiamente utilizzato nell'alimentare per le sue caratteristiche tecnologiche e di stabilità, è ricco in acidi grassi saturi (palmitico) che lo rende assimilabile ad un grasso animale. Le implicazioni ambientali relative alla sua coltivazione hanno portato alla sostituzione di questo ingrediente con le alternative in commercio».

Nel testo non viene riportata la composizione dettagliata dell'olio di palma, come per gli altri oli, ma si fa solamente menzione al contenuto di grassi saturi. È bene però sottolineare che nell'olio di palma la percentuale di acidi grassi saturi si aggira intorno al 50% (con una netta prevalenza di acido palmitico), il restante 50% è rappresentato da acidi grassi insaturi (con prevalenza di acido oleico, monoinsaturo). Come per tutti gli altri oli citati, sarebbe quindi corretto menzionare le percentuali precise della composizione di questo olio, al fine di fornire un'informazione più chiara e completa.

Infine, con riferimento gli impatti ambientali legati alla coltivazione della palma da olio, sarebbe più corretto anche richiamare il fatto che negli ultimi anni sono stati fatti moltissimi progressi nello sviluppo della filiera dell'olio di palma sostenibile, che per diversi motivi rappresenta la migliore e unica vera alternativa all'olio di palma ed è una risorsa chiave per il raggiungimento degli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile (SDGs) e che attualmente oltre il 95% dell'olio di palma utilizzato dall'industria alimentare proviene da filiere sostenibili certificate da enti terzi secondo il più autorevole standard internazionale (RSPO).

Mauro Fontana
Presidente Unione italiana olio di palma sostenibile

LA REPLICA DELLA TECNOLOGA ALIMENTARE SERENA PIRONI

In risposta alla lettera inviata dal presidente dell'Unione italiana olio di palma sostenibile, premetto doverosamente che il mio studio di consulenza segue aziende di trasformazione alimentare ed organizzazioni del comparto Horeca, pertanto non siamo commerciali di nessuna azienda di olio e non parteggiamo per l'uno o per l'altro. Semmai ci troviamo a selezionare i fornitori presenti sul mercato affiancando i nostri clienti e a scegliere la matrice grassa da impiegare quando siamo coinvolti nello sviluppo di prodotti.

Il nostro articolo voleva essere una panoramica delle matrici alternative all'olio di girasole alto oleico, per cui si è sviluppata una vera e propria crisi a causa della guerra in Ucraina, anche se siamo consapevoli che la vera crisi dovrà ancora arrivare. Perché l'olio che stiamo usando in questo momento in realtà è stato prodotto nella scorsa stagione colturale. Il dubbio sulla mancata semina per l'anno che verrà preoccupa. Però la speculazione, causata solo in parte dall'aumento del costo dei trasporti, ha colpito non solo l'olio di girasole, ma tutti gli oli, anche il palma stesso che ha più che raddoppiato il prezzo rispetto allo scorso anno. Lo stesso ministero dello Sviluppo economico a marzo 2022 ha emanato una circolare su come etichettare temporaneamente gli alimenti in merito ai sostitutivi dell'olio di girasole impiegati.

Non abbiamo dunque creato nessun allarmismo e onestamente l'attenzione non era rivolta all'olio di palma. Anzi, forse è stato uno dei pochi articoli negli ultimi anni che non ha screditato questo alimento. Non trovando olio di girasole, le aziende stanno cercando sostitutivi dove possibile, ritornando anche al palma, anche se è notizia recente che il presidente indonesiano il mese scorso ha annunciato il divieto di esportazione dell'olio di palma prodotto nel Paese del Sud-est asiatico, sia grezzo che raffinato, per assicurarne alla sua popolazione.

Tutti gli oli differiscono nella loro composizione chimica, la quale influenza sia il loro profilo nutrizionale che la loro idoneità tecnologica nei processi di trasformazione quando usati come ingredienti. Va da sé che qualsiasi olio non è un pasto indipendente, ma un ingrediente.

Olio di palma: dall'impiego su larga scala ai problemi ambientali

Considerando le osservazioni pervenute, analizziamo la storia dell'olio di palma e perché è stato ampiamente sostituito dall'olio di girasole alto oleico, con il punto di vista di un operatore tecnico e di un possibile acquirente di oli. L'olio di palma anni fa fu impiegato massicciamente per sostituire, soprattutto nei prodotti da forno, gli acidi grassi trans, prodotti dall'idrogenazione degli acidi grassi insaturi vegetali accusati di far innalzare il "colesterolo cattivo" nel sangue. Trovò largo impiego grazie le sue proprietà organolettiche e tecnologiche: essendo costituito da una buona parte di saturi, risulta più stabile quando usato in alimenti trattati termicamente, si ossida meno, è maggiormente palatabile, come tutti i grassi con prevalenza di acidi grassi saturi, ed è più neutro da un punto di vista sensoriale.

Poi però sono nate due questioni sul suo diffuso impiego: da un lato un problema ambientale (deforestazione in quanto coltura molto efficiente) e dall'altro alcuni sospetti in merito alla sua sicurezza alimentare. L'olio di palma grezzo si ottiene dalla spremitura del frutto della palma (il dattero) ed è di aspetto semisolido ed arancione, in quanto ricco di

betacarotene. Ma non si usa in questa forma nella maggioranza delle industrie alimentari: al fine di ottenere un prodotto più chiaro e fluido viene impiegato quello raffinato.

Dalla frantumazione del nocciolo del frutto si ottiene il palmisto, anch'esso molto utilizzato. È per questo che nel linguaggio comune viene inserito negli oli da seme, tant'è che gli stessi fornitori di olio di palma scrivono "da seme" nelle loro schede tecniche, in quanto viene commercializzato nel circuito b2b quello frazionato o bifrazionato (sottoposto a frazionamento e raffinazione).

Per il Crea si tratta di oli tropicali, categoria all'interno della quale è menzionato anche il cocco. Nonostante sia di origine africana, oggi Indonesia e Malesia detengono la maggioranza della fornitura globale. Dal 2004 è stata costruita una tavola rotonda in merito all'ottenimento di olio di palma sostenibile, al fine di preservare l'aspetto ambientale ed una certificazione Rspo per le aziende che producono, commercializzano e impiegano olio di palma sostenibile. Ma la questione sulla sostenibilità non era oggetto dell'articolo da noi redatto.

Ogni sostanza grassa ha un suo profilo chimico e, quando sottoposto a trattamenti termici, è più o meno suscettibile all'ossidazione e alla formazione di sostanze secondarie potenzialmente dannose. Si parla di potenzialità, ovviamente, perché dipende dalla reale esposizione di ogni individuo. Tutti gli oli raffinati, soprattutto il palma bifrazionato citato, mostrano presenza di composti secondari a causa del processo di raffinazione, che avviene ad alte temperature. E poi questi oli vengono nuovamente usati dai clienti finali per altri trattamenti termici come fritture e cotture. Tra le sostanze è presente il 3-MCPD (3 monocloropropandiolo), citato anche nel nostro articolo precedente, molecola con sospetto effetto su reni e fertilità.

L'Efsa (Autorità europea sulla sicurezza alimentare) nell'ultimo aggiornamento del 2018 ha alzato il livello di rischio e cita che «i livelli di consumo di 3-MCPD tramite gli alimenti sono considerati privi di rischi per la maggior ➜

Principali oli vegetali utilizzati in campo alimentare

OLIO DI SEMI DI ARACHIDI	L'olio di arachide è ricco di acidi grassi monoinsaturi (52%) e polinsaturi (28%). Molto alta la quota di acido oleico (50%) e per questo è simile all'olio di oliva. Stabile alle alte temperature, adatto per le fritture.
OLIO DI SEMI DI GIRASOLE	L'olio di semi di girasole è ricco di acidi grassi polinsaturi (50%); i monoinsaturi rappresentano il 33%. In particolare, l'olio di semi di girasole è molto ricco di acido linoleico, un acido grasso polinsaturo. Recentemente si trova in commercio l'olio di girasole ad alto oleico che ha un contenuto di acido oleico di circa l'80% ottenuto da nuove cultivar di semi di girasole.
OLIO DI SEMI DI MAIS	L'olio di semi di mais ha una composizione simile a quella dell'olio di girasole (polinsaturi 50% e monoinsaturi 30%) anch'esso ricco di acido linoleico.
OLIO DI SEMI DI SOIA	L'olio di semi di soia è ricco di acidi grassi polinsaturi (59%); i monoinsaturi rappresentano il 23%. L'olio di semi di soia è una fonte importante di acido linoleico e linolenico. La componente molto alta di acidi grassi polinsaturi lo rende estremamente vulnerabile al calore per cui è meglio utilizzarlo sempre a freddo.
OLIO DI COCCO	È composto quasi esclusivamente da acidi grassi saturi (87%) costituito dai tre acidi grassi (laurico, miristico e palmitico). Di questi la maggior parte (50%) è acido laurico, che è tra i tre il grasso saturo a minore effetto sull'aumento del colesterolo nel sangue. Viene utilizzato solo come ingrediente nella pasticceria.
OLIO DI PALMA	L'olio di palma contiene circa il 50% di acidi grassi saturi, costituito dai tre acidi grassi (laurico, miristico e palmitico). È molto stabile alle alte temperature. Grazie alla elevata saturazione, al fatto che è un olio insapore e al basso costo di produzione si presta per l'utilizzo industriale.
OLIO DI PAIMISTI	L'olio di palmisti ha una composizione simile all'olio di cocco con una percentuale molto alta di saturi (più dell'80%) costituito dai tre acidi grassi (laurico, miristico e palmitico). Tra essi la maggior parte è costituita da acido laurico che è il grasso saturo a minore effetto sull'aumento del colesterolo nel sangue. Molto stabile alle alte temperature, insapore e di basso costo, per questo, come l'olio di palma, si presta per l'utilizzo industriale
OLIO DI RISO	L'olio di riso viene estratto dal chicco di riso. Contiene circa il 40% di acidi grassi monoinsaturi e 40% di polinsaturi. È un olio ad alto contenuto di acido oleico e acido linoleico. Il gamma orizanolo, contenuto nell'olio di riso ha avuto una certa popolarità pubblicitaria quale modulatore della colesterolemia. I quantitativi efficaci di questo composto porterebbero ad una assunzione di olio di riso molto elevata e quindi con un impatto calorico ben più importante dell'effetto sul colesterolo.
OLIO DI NOCE, NOCCIOLA, MANDORLE	Si estraggono dai semi di noci, nocciole o mandorle e gli oli rispettivi usati per scopi alimentari sono prodotti legati a piccole realtà artigianali o a gastronomia particolare. Sono ricchi di acidi grassi polinsaturi tra i quali sono di rilievo il quantitativo di omega-3 e omega-6. Discreto anche il quantitativo di acido oleico.

parte dei consumatori, ma esiste un potenziale problema di salute per i forti consumatori delle fasce di età più giovane. Nella peggiore delle ipotesi, i neonati nutriti esclusivamente con latte artificiale potrebbero lievemente superare il livello di sicurezza».

Il regolamento europeo 1881/06, aggiornato dal Reg. UE 2020/1322, riporta i valori legali da rispettare di 3-MCPD: 1.250 microgrammi/kg per «oli e grassi di cocco, mais, colza, girasole, soia, palmisti e oli di oliva (composti da oli di oliva raffinati e oli di oliva vergini) e miscele di oli e grassi con oli e grassi appartenenti solo a tale categoria».

Resta invariato il giudizio sui glicidil esteri, ritenuti genotossici e cancerogeni: l'Efsa cita che «i più elevati livelli di GE, come pure di 3-MCPD e 2-MCPD (compresi gli esteri) sono stati riscontrati in oli di palma e grassi di palma, seguiti da altri oli e grassi. Per i consumatori a partire dai tre anni di età, margarine e "dolci e torte" sono risultati essere le principali fonti di esposizione a tutte le sostanze».

Stiamo parlando di oli sottoposti al processo di raffinazione, che però sono i più impiegati come ingredienti per il loro costo, la loro reperibilità e la loro idoneità tecnologica.

Da un punto di vista tecnico, tra gli altri oli vegetali idonei per prodotti alimentari sottoposti a trattamento termico o di pastorizzazione (si pensi al mondo conserviero) la componente acidica fondamentale per ottenere stabilità è la presenza di acido oleico monoinsaturo. Quest'ultimo si colloca perfettamente a livello di stabilità tra un acido grasso saturo ed un polinsaturo.

La sostituzione dell'olio di palma

Gli oli con un buon tenore di oleico, dunque, sono stati la pronta sostituzione al palma quasi dieci anni fa: olio di oliva, olio extravergine di oliva, olio di girasole alto oleico. L'arachide, essendo un allergene, è quello che è stato meno impiegato nonostante sia tra i più stabili in cottura. L'olio di colza, invece, sta riscuotendo ora successo proprio in sostituzione del girasole alto oleico. Da un punto di vista strettamente nutrizionale, il Crea ricorda che gli acidi grassi saturi tendono ad innalzare il livello di colesterolo nel sangue, soprattutto per gli acidi miristico, laurico e palmitico. L'olio di oliva contiene il 15% di saturi, contro il 50% del palma e l'87% del cocco (fonte: Crea). Gli acidi grassi insaturi sono neutri nei confronti della colesterolemia. Vero è che anche il palma contiene discrete quantità di oleico.

La Nutrition Foundation of Italy (Nfi) in un documento sull'olio di palma del 2016 riporta che l'apporto calorico giornaliero generale derivante dei grassi si attesta sul 20-35% più alto nei bambini, ma in tutte le età la quota dei saturi deve essere del 10%. Il problema non è il palma in sé, ma quanti prodotti consumati contengono il palma ed altri grassi saturi. Nelle conclusioni si evince come il palma non sia una priorità sanitaria nel nostro Paese.

Per quel che concerne l'olio di oliva, citato nella lettera del presidente, occorre fare una precisazione: l'olio di oliva non è olio extravergine, come si evince nella tabella del Crea e come si può notare dalla tabella di Nfi riportata nello studio sopra citato.

Nella ristorazione, così come nell'industria, c'è la corsa alla reperibilità degli oli a costi accessibili. Ma è corretto che gli imprenditori e i tecnici conoscano le differenze tecnologiche tra di essi, al fine di garantire le specifiche tecniche e organolettiche dei prodotti ai consumatori.

Serena Pironi
Tecnologo alimentare e ceo PI.GA. Service sas

FOOD SECURITY UNA QUESTIONE GLOBALE INDEROGABILE

di ***Massimo Artorige Giubilesi***
Founder & ceo Giubilesi & Associati
Chairman FCSI Italian Unit

Riflettendo sull'attuale situazione geopolitica e le sue ripercussioni sull'economia e soprattutto sul sistema agroalimentare - che stando a tutte le previsioni si avvia verso una crisi mai vista in precedenza - mi viene in mente sempre la famosa frase di Feuerbach: "L'uomo è ciò che mangia!". Questa frase suona più che mai attuale, assumendo nuovi significati che purtroppo fanno poco onore all'umanità in questo preciso momento. L'allarme della eminente ed inevitabile (secondo alcuni esperti) crisi agroalimentare mondiale provocata della guerra, sta evidenziando le debolezze di un sistema globalizzato di approvvigionamento che mostrava le sue pecche ancor prima del conflitto, ma che adesso rischiano a mettere a ginocchio intere aree geografiche del pianeta, condannando alla fame (e ahimè a morte) le popolazioni nei paesi più deboli.

Il conflitto Russia-Ucraina sta generando problemi a cascata che coinvolgono anche l'industria agroalimentare. Urge trovare una linea comune per evitare drammi mondiali

Effetti sui poveri, ma anche sui ricchi

Le economie più avanzate, compresa la nostra, stanno invece subendo gli effetti devastanti di un'evoluzione i cui effetti, alquanto imprevedibili al momento, sono sicuramente negativi. E in questa situazione che senza ombra di dubbio ci prospera un futuro prossimo abbastanza complesso e difficile, ci imbattiamo nelle notizie di guerra che ci spiegano che far uscire i cereali dall'Ucraina è estremamente complicato, pericoloso, costoso, quasi impossibile!

Allora chiedo ai signori politici, capi di governo e istituzioni autorevoli mondiali, se possono rispondere a questa domanda: come fate a far entrare in Ucraina tonnellate di armi che provocano morte, ma vi risulta impossibile far uscire il grano, fatto che a sua volta provocherà altri morti? Vista la situazione da questa prospettiva è evidente che c'è qualcosa che non torna e forse più di una cosa.

La guerra del cibo?

Fanno impressione le parole dell'esperto Fao in "Disaster Risk Management" **Pierre Vauthier** (intervista su Repubblica del 24 maggio): «...Non parlo solo dei porti ma di semine e raccolti resi impossibili dalla battaglia, fertilizzanti russi che mancano e bisogna sostituire, mancato accesso al credito agricolo, macchinari requisiti dallo stato maggiore per prendere i pezzi di ricambio, officine dove ieri si riparavano i trattori e oggi i carri armati. È tutto stravolto: dalla guerra dei cannoni, alla guerra del grano». Nondimeno provocano indegno anche le parole della presidente della Commissione Ue, **Ursula von der Leyen**, che a Davos durante il World Economic Forum 2022 ha spiegato: «Stiamo assistendo a come la Russia ha trasformato in armi le sue forniture energetiche. Sfortunatamente, stiamo vedendo lo stesso modello emergere nella sicurezza alimentare. L'Ucraina è una dei Paesi più fertili del mondo. Ora, quei

campi sono stati bruciati. E l'artiglieria sta bombardando i depositi deliberatamente».

Già, l'Ucraina è uno dei paesi più fertili al mondo e allo stesso tempo è uno dei Paesi più poveri d'Europa come reddito pro capite. Secondo le statistiche ufficiali il Pil ucraino nel 2020 (dati dell'Economist Intelligence Unit) è stato pari a 150 miliardi Usd (153 miliardi Usd nel 2019), un volume che colloca il Paese in una fascia di reddito medio-basso al 58° posto nella graduatoria mondiale (dati Banca Mondiale), al terzo posto tra i Paesi dell'Ex Unione Sovietica dopo Russia e Kazakistan. Per quanto attiene al livello di Pil pro capite, Kiev si colloca solo al 150° posto (dati Banca Mondiale, fonte ministero degli Esteri).

Solo in squadra si esce dalla crisi

Visto tutto ciò, vi lascio fare le conclusioni da soli, ma ricordiamoci che da soli non riusciremo ad uscire della crisi ed affrontare le problematiche eminenti. La Food safety, tanto ambita e promossa a tutti i livelli nelle nostre società (intendo i paesi sviluppati) deve assumere velocemente un'altra connotazione più completa e nobile, la Food security, così come definita dalla Fao nel lontano 1996: «Garantire a tutte le persone, in ogni momento, l'accesso fisico, sociale ed economico ad alimenti sufficienti, sicuri e nutrienti che garantiscano le loro necessità e preferenze alimentari per condurre una vita attiva e sana».

Nella mia ormai lunga esperienza lavorativa nel settore, il concetto di Food safety è stato basilare nell'associazione, filosofia e deontologia della produzione di cibo. Abbiamo ritenuto sempre che la sicurezza alimentare fosse un prerequisito di qualsiasi industria e sistema. Evidentemente però, questo concetto non è più sufficiente e si deve evolvere dalla posizione di prerequisito ad un obbligo indispensabile e inderogabile. È necessario ricordare che il termine "sicurezza" riferito al settore alimentare si divide in due diversi concetti che, se pur correlati, presentano differenze, meglio espresse nella lingua inglese - "Food security" e "Food safety". La Food security identifica la sicurezza degli approvvigionamenti, ovvero la disponibilità di alimenti salubri in quantità sufficiente, mentre la Food safety si riferisce all'assenza di possibili impatti negativi sulla salute dei consumatori dovuti a contaminazioni non intenzionali di tipo biologico, chimico e fisico.

Impossibile quindi non notare il fatto che i principali cambiamenti della politica agroalimentare della Ue nel corso degli ultimi decenni si siano lentamente trasformati cambiando baricentro dall'approvvigionamento verso la salute. Mentre negli obiettivi della Politica agricola comune (Pac) del Trattato di Roma del 1957 si leggeva in modo esplicito l'importanza di «garantire la sicurezza degli approvvigionamenti», nella ridefinizione degli stessi in occasione della stesura di Agenda 2000 del 1997 si legge: «La salute, in particolare la sicurezza degli alimenti, costituisce la principale preoccupazione». Oggi dovrebbe emergere più chiaramente per tutti che la sicurezza alimentare è, e rimarrà, un concetto trasversale che deve essere bilanciato a tutti i livelli e direzioni, compreso l'impatto ambientale. Il centro di ogni sforzo per risolvere le problematiche e per tracciare il futuro deve ritornare ad essere l'uomo colui che si identifica non solo in ciò che mangia, ma soprattutto con le modalità con le quali si procura il cibo, lo produce, lo distribuisce e lo conserva a beneficio di tutti. cod 87281

Per informazioni:
www.giubilesiassociati.com

LA FORMAZIONE, PUNTO DI FORZA DE LA CASCINA

di ***Gabriele Ancona***

La Cascina nasce nel 1978 grazie allo spirito di solidarietà di alcuni studenti universitari romani e fuorisede che decisero di aprire una mensa per i propri compagni. Oggi, dopo 44 anni, la cooperativa conta 11mila dipendenti e prepara ogni giorno oltre 36 milioni di pasti. È diventata un Gruppo articolato in diversi settori oltre alla ristorazione collettiva: dalle pulizie al global service, dalle costruzioni alla segnaletica speciale, fino all'assistenza alla persona. Un mosaico di attività che richiede personale specializzato e quindi, a monte, richiede un impegno nell'ambito della formazione costante e capillare.

«Su questo fronte siamo molto attivi - spiega **Fabrizio Di Maggio**, direttore risorse umane del Gruppo - ogni anno oltre 2mila nostri lavoratori frequentano corsi di formazione professionale. Orientamenti molto diversi essendo molteplici i profili coinvolti nelle diverse attività, dal management alle figure operative. In base all'argomento da approfondire o alle esigenze di un determinato settore vengono coinvolti formatori interni o esterni che, per esempio, nell'ambito della sicurezza alimentare o dell'informatica sono docenti universitari. Ci orientiamo di volta in volta».

Formazione in presenza

Gli incontri si svolgono nelle singole aziende, nelle unità di riferimento. Si predilige la formazione in presenza. «Assicura maggiore interazione - puntualizza Di Maggio - anche l'impegno viene concentrato di solito in 8 ore totali su due giorni. Perdere la concentrazione è controproducente. In genere vi partecipano non più di 20 persone; dipende però dalla dimensione dell'unità produttiva. Ma in un Gruppo così articolato ci sono anche le eccezioni. Si è da poco concluso un incontro di formazione dedicato all'informatica a cui ha partecipato il personale delle risorse umane e amministrativo: 50 persone impegnate per 5 ore lungo quattro mezze giornate. Si è svolto online in diretta Zoom, ognuno collegato dalla propria postazione».

La cooperativa conta 11mila dipendenti e prepara ogni giorno più di 36 milioni di pasti. Un Gruppo articolato in diversi settori oltre alla ristorazione collettiva. Ogni anno 2mila lavoratori seguono corsi dedicati

Molto frequenti, anche per il notevole turnover che caratterizza il settore, i corsi di formazione per il settore ristorazione. «Un aggiornamento costante che verte principalmente sulla sicurezza sul lavoro e su quella alimentare - precisa Fabrizio Di Maggio - con focus sulle procedure di qualità e sulla normativa Haccp». cod 87234

Per informazioni: **www.lacascina.it**

SHARING

PIATTI E STOVIGLIE PER SERVIRE PORTATE DA CONDIVIDERE

La condivisione delle portate dà la possibilità di assaggiare diversi piatti e stravolge l'impostazione classica della mise en place. Lo sharing a tavola segna anche il ritorno alla normalità, ad una ritrovata socialità

di ***Giorgio Lazzari***

Obiettivo "sharing" anche a tavola. I locali di tendenza propongono sempre di più la condivisione dei piatti: un'idea che piace ai commensali, che possono confrontarsi sulle diverse portate e i diversi sapori. Per rendere ancora più accattivante la proposta, i pubblici esercizi si stanno attrezzando con attrezzature "mix & match", in modo da creare una combinazione di colori a tonalità differenti, pur mantenendo lo stesso stile. Tavole imbandite da pietanze e apparecchiate con servizi di qualità fanno da cornice a pranzi o cene in compagnia dove prevalgono la convivialità e la voglia di stare insieme per scambiarsi idee e pareri.

Ros, azienda all'avanguardia e costantemente al passo con i tempi, è sempre pronta ad offrire le ultime novità nel comparto delle forniture selezionate per hotellerie, ristorazione e catering. Da più di 38 anni Ros seleziona fornitori e prodotti per il mondo dell'ospitalità ed è riuscita nel tempo a comporre un catalogo con oltre 15mila referenze. «Ascoltiamo i clienti, in modo da crescere insieme a loro e raggiungere obiettivi sempre più ambiziosi - spiega **Michele Pezzotta** della Ros Forniture Alberghiere, attiva dal 1984 - progettiamo soluzioni innovative in porcellana, metallo, vetro, legno e melaminico. Inoltre siamo costantemente alla ricerca di novità, in modo da prevedere mode e tendenze. Da sempre sposiamo l'innovazione, cercando di portare a termine la nostra "mission", ovvero soddisfare tutte le esigenze dei nostri clienti».

Michele Pezzotta

Una nuova tendenza per tornare a vivere il ristorante al 100%

Affidabilità, competenza, preparazione ed esperienza sono nel dna di Ros, unite al buon gusto che consente di accogliere al meglio i commensali attorno ad una tavola imbandita e ricca di convivialità. «In questo momento - prosegue Pezzotta - lo "sharing" è la novità che piace molto sulla tavola e coinvolge un po' tutti i locali, dal bistrot meno impegnativo ai ristoranti più impostati, per arrivare agli stellati. La condivisione delle portate dà la possibilità di assaggiare più piatti e stravolge l'impostazione più classica. Diciamo che lo sharing a tavola segna anche il ritorno alla normalità, condita da socialità e da un approccio diverso che fino a qualche tempo fa, causa pandemia, non era consentito. Grazie alla nuova tendenza si torna a vivere il ristorante al 100% con menu pensati dagli chef proprio per essere condivisi».

Modelli e colori studiati appositamente

Gli imprenditori della ristorazione sono alla ricerca di forniture idonee che comprendano piatti e stoviglie per servire al meglio le portate. «Grazie alla nostra esperienza siamo in grado di consigliare i locali - conclude Pezzotta - in particolare abbiamo ricercato modelli e colori che sono stati studiati appositamente per lo sharing, dalle ciotoline ai piatti di misure più piccole nella formula "mix & match", in grado di cambiare, anche se di poco, il colore, in modo da creare anche molta coreografia per abbellire la tavola. Certamente un bel colpo d'occhio che rappresenta un momento giocoso e garantisce anche un po' di movimento sulla tavola».

La richiesta è principalmente sul colore con piatti mix & match che combinati tra di loro garantiscono un bel colpo d'occhio, perché mantengono lo stesso stile ma con colori diversi, oppure stili simili con finiture che si assomigliano. La tendenza dello sharing a tavola è destinata a proseguire nel tempo e si tratta sicuramente di una novità positiva sia per i commensali che per gli operatori del comparto.

Per maggiori dettagli sui prodotti distribuiti da Ros, si può visitare il quartiere generale situato a Zanica (Bg) oppure lo showroom a Milano, aperto su appuntamento. cod 87232

Ros Forniture Alberghiere
via Don Lorenzo Milani 1 - 24050
Zanica (Bg) - Tel 035 670299
www.ros.bergamo.it

ESSENTIAL

RCR, DESIGN DAL CUORE TOSCANO

La Toscana, terra splendida, ricca d'arte e di natura, si distingue anche per le sue eccellenti attività produttive. RCR Cristalleria Italiana, nella sua storica sede di Colle di Val d'Elsa (Si) dal 1967 realizza tutta la sua produzione in Luxion Eco-Crystal Glass, l'unico vero cristallo ecologico di grande qualità che si presta a innumerevoli interpretazioni creative.

La Linea Essential rappresenta la massima espressione di eleganza, design e innovazione. Il bordo leggermente riaperto consente una maggiore piacevolezza alle labbra durante la degustazione rendendo questo prodotto unico grazie anche al finissimo bordo ridotto allo spessore di 1 mm. La riapertura della bocca, oltre a favorire lo sprigionarsi degli aromi, agevola lo scivolamento del liquido in fase di degustazione e conferisce al calice una morbida eleganza di linea. Il materiale Luxion Eco-Crystal Glass rende il prodotto estremamente resistente ed è garantito fino a 4mila lavaggi in lavastoviglie. La collezione Essential si adatta alla perfezione sia alla tavola da tutti i giorni che ad una apparecchiatura più contemporanea.

Il fondo piatto conferisce al vino una forma trapezoidale, tipica delle apparecchiature moderne. La Linea Essential è composta da 5 prodotti:

- Calice E65 da 65 cl, altezza 235 mm
- Calice E54 da 54 cl, altezza 227 mm
- Calice E43 da 43 cl, altezza 215 mm
- Flute E30 da 30 cl, altezza 235 mm
- Bicchiere E42 da 42 cl, altezza 96 mm.

cod 86724

RCR Cristalleria Italiana
loc. Catarelli - 53034 Colle di Val d'Elsa (Si) - Tel 0577 910111
www.rcrcrystal.com

Viel Nois

LA GUEST HOUSE CHE NON TI ASPETTI

La nuova Aparthouse immersa nelle Dolomiti ha scelto Lusini per impreziosire i tavoli della sala ristorante, ma anche la zona buffet e gli angoli lounge: soluzioni che uniscono estetica, design e scelta dei materiali

Viel Nois in tedesco vuol dire "un sacco di belle notizie": è questa la filosofia della nuova Guest House di San Pietro in Val di Funes (Bz), nel cuore delle Dolomiti. La Guest House dispone di suite e appartamenti arredati con cura utilizzando materiali sostenibili e pregiati come il legno, e un centro benessere con idromassaggio sul tetto con vista panoramica esclusiva. Spiccano poi le prelibatezze gastronomiche nel ristorante e il ricco buffet con gli immancabili prodotti tipici altoatesini.

Franz Messner, titolare della Guest House, ci racconta come si è arrivati alla realizzazione del progetto: «Volevamo qualcosa di nuovo, ma che si legasse in qualche modo alla nostra storia e alla tradizione. Nel lontano 1998 abbiamo coinvolto i nostri concittadini e indetto un concorso di idee per trovare un nome al nostro ristorante e pizzeria. Vinse appunto Viel Nois ed è da qui che siamo partiti per la realizzazione della nuova Guest House. Cercavamo un partner affidabile con idee e prodotti innovativi e lo abbiamo trovato in Lusini».

La mise en place firmata Lusini impreziosisce la tavola

I tavoli della sala ristorante e gli interni, arredati nel tipico stile "Alpin Chic", vengono impreziositi dal servizio di piatti in porcellana della collezione Alessia fine-

mente decorata, accompagnati dagli esclusivi piatti Mamoro in gres effetto pietra. Per la zona buffet è stata scelta la collezione di ciotole in porcellana Gretje contraddistinta da decori in stile Retro che si sposano alla perfezione con i colori naturali della frutta fresca, lo yogurt alpino e i dolci fatti in casa.

Ma come dice il famoso adagio, “non di solo pane vive l’uomo”. Sulla splendida terrazza si gode di una vista mozzafiato sulle Dolomiti, che gli ospiti possono apprezzare nei piccoli angoli lounge, realizzati utilizzando i piani tavolo Lift, le basi tavolo Pachino e le sedie Esperia in batyline e corda con struttura in alluminio. Il mix di materiali si integra alla perfezione nel contesto della struttura in stile rustico moderno, quasi industriale.

L’estetica si coniuga con il design e con la scelta accurata dei materiali

Lusini progetta e realizza prodotti e attrezzature per il mondo dell’hotellerie e dell’ospitalità che coniugano design e mix di materiali diversi. Una filosofia che ritroviamo sia all’interno che all’esterno della Guest House Viel Nois, valorizzando e impreziosendo l’estetica e il design della struttura.

Negli ultimi anni Lusini, oltre che al mercato nazionale, pone grande attenzione anche al naturale bacino di utenza locale che è rappresentato da Alto Adige, Trentino, Veneto e Lombardia. Con l’apertura dello showroom, lo scorso 14 febbraio, è stato dato un’ulteriore impulso all’attività sul territorio con la possibilità per i clienti di poter toccare con mano e vedere i prodotti dal vivo, garantendo un servizio di consulenza e di progettazione mirato alle esigenze dei clienti. cod 86895

Lusini
via del Macello 57/A - 39100 Bolzano
Tel 0471 1775260
www.lusini.com

In pizzeria come a casa, Alfa Forni svela il segreto del forno agile made in Italy. Fondamentale il risparmio di combustibile, così come la tecnologia e l'adattabilità anche a spazi molto ridotti

IL SEGRETO PER UNA PIZZA A REGOLA D'ARTE? LA COTTURA IN UN FORNO ALFA

I forni per pizza, alimentati a legna o a gas, di dimensioni ridotte e capaci di raggiungere temperature di 500 gradi, cioè quella richiesta per la cottura della classica "napoletana verace", sono diventati un must anche nelle case degli italiani. Lo conferma Alfa Forni, azienda specializzata nella produzione di forni domestici e professionali fondata nel 1977 ad Anagni (Fr). Oggi l'azienda occupa circa 70 dipendenti diretti, 200 lavoratori nell'indotto ed è il marchio italiano di fascia alta a livello internazionale, presente in 60 Paesi nel mondo.

«La tecnologia, le materie prime locali e le attività di comunicazione con i grandi nomi della pizza hanno reso possibile aprire nuovi canali commerciali in un periodo estremamente difficile come quello della pandemia», racconta **Sara Lauro**, executive committee e partner di Alfa Forni. «I forni Alfa sono agili, tra gli unici apparecchi di cottura che non richiedono lavori di muratura per l'installazione, e sono adattabili anche in spazi limitati. Caratteristiche che ci hanno permesso di essere vincenti sui mercati».

Risparmio energetico, tecnologia e design

Fondamentale il risparmio di combustibile. Sia nella versione a legna sia in quella a gas, i consumi a regime arrivano a 2 chili di gas per ora di funzionamento e ad appena 7 chili di legna all'ora con una percentuale di risparmio pari al -60%. La versione elettrica del forno napoletano Zeno, in particolare, è dotata di comando touch screen ed è interamente in acciaio inox. La tecnologia Compact Flame permette di disporre di un forno per pizza con una vera fiamma anche in spazi limitati, mentre la tecnologia Forninox combina le proprietà dell'acciaio inossidabile AISI 304 con quelle dei mattoni refrattari. Il risultato garantisce forni leggeri, facilmente manovrabili e capaci di raggiungere la temperatura di esercizio in appena 30 minuti. cod 86934

Alfa Forni
via Osteria della Fontana 63
03012 Anagni (Fr) - Tel 0775 7821
www.alfaforni.com

GESTIRE GLI ORDINI SENZA PENSIERI? CON L'APP CEI FOOD SI PUÒ!

CEI Food è l'app realizzata da CEI Systems per migliorare e velocizzare la raccolta delle ordinazioni in modo semplice. Un'app completa per ogni attività: che il tuo locale sia un bar o un pub, un ristorante, uno stabilimento balneare o una struttura alberghiera, e per chiunque voglia migliorare il proprio lavoro e offrire un servizio in più ai propri clienti, CEI Food è la scelta giusta.

CEI Food offre la possibilità ai clienti di ordinare comodamente dal tavolo, dall'ombrellone o dalla camera d'albergo, così al gestore dell'attività rimane solo da preparare l'ordinazione e portarla. Il cliente visualizza la scheda dell'attività, consulta il menu del locale, guarda le foto e le descrizioni e ordina in tutta facilità. È possibile personalizzare i piatti prima di effettuare l'ordine, modificando gli ingredienti (es. pizza + impasto integrale, ai cereali, senza glutine) o, ad esempio, scegliendo i tipi di cottura (es. hamburger ben cotto/cottura media/al sangue) grazie alle varianti che il gestore deciderà di rendere disponibili per i suoi clienti.

Con la funzione "ordine al tavolo" si ottimizza il lavoro in sala, diminuendo gli spostamenti dei camerieri e favorendo una migliore organizzazione. L'incremento delle vendite è un altro punto a favore, infatti CEI Food favorisce le consumazioni successive, evitando che il cliente debba chiamare e attendere il cameriere fino a stancarsi e non ordinare più. Inoltre, per chi volesse, è disponibile la sola consultazione del menu, che evita sprechi in stampe e ristampe del classico menu cartaceo. Quest'ultimo potrà essere arricchito di descrizioni più approfondite, immagini e abbinamenti consigliati.

Prenotare il tavolo è più semplice

Chi risponde al telefono per prendere le prenotazioni dei tavoli spesso coincide anche con chi accoglie i clienti e fa gli scontrini e alle volte anche con chi prepara bevande e caffè. Capita quindi che ci si trovi a dover fare tante cose contemporaneamente rinunciando a rispondere ad alcune chiamate e perdendo così dei clienti. Con CEI Food non ci sarà più questo problema: l'app permette di prenotare facilmente un tavolo dall'app, inserendo commensali, giorno, orario ed eventuali note, in ogni momento della giornata. Una volta ricevuta la prenotazione, essa potrà essere confermata direttamente dall'app, dando già ad inizio servizio un'idea chiara dei coperti e delle disposizioni ottimali.

Ordini anche da casa: take away e delivery

I clienti potranno ordinare i piatti con ritiro al locale o con consegna a domicilio. Potranno scegliere cosa consumare anche da casa o dall'ufficio, pagando anticipatamente e senza commissioni a terzi. Anche i servizi take-away e delivery dell'app CEI Food sono integrabili sul sistema cassa CEI; si ottiene così uno strumento di lavoro completo nel quale ogni dispositivo è interconnesso. La raccolta delle ordinazioni risulta ottimizzata e più performante.

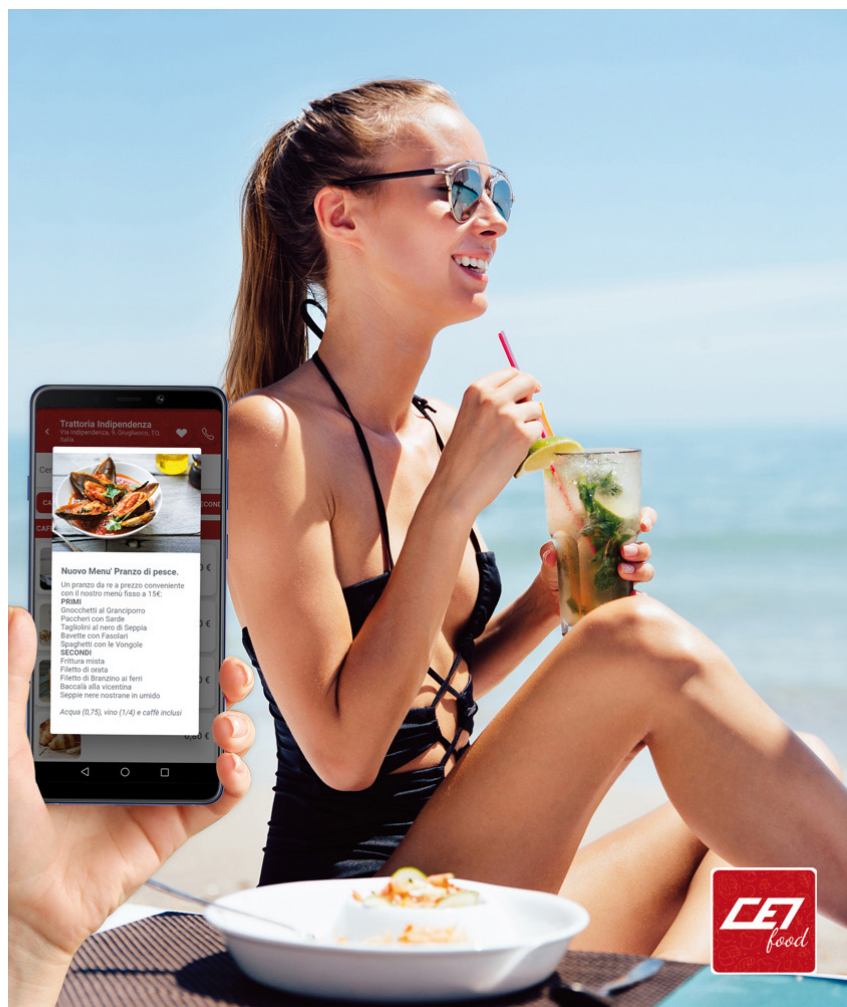
Il sistema di cassa CEI

Inoltre, configurare CEI Food è davvero semplice. Con il sistema di cassa CEI, puoi creare il tuo menu digitale in pochi click. CEI Food contiene già tutti i prodotti precaricati in cassa, ai quali si possono aggiungere foto e descrizioni. In ogni momento si può decidere quali prodotti abilitare e disabilitare dal menu e cosa rendere visibile per il servizio asporto e domicilio o per la consultazione del menu e gli ordini al tavolo. È possibile inserire i prodotti direttamente dal pannello di gestione dove si potranno dettagliare anche tutte le informazioni importanti da presentare sulla vetrina del locale: il logo o un'immagine del locale, il numero di telefono, gli orari e la posizione.

Grazie all'app CEI Food non rimane altro che doversi occupare della preparazione degli ordini fidelizzando i clienti e trovandone di nuovi. cod 86869

CEI FOOD SI COMPONE DI 4 MODULI

1. **MENU**: il menu del tuo locale direttamente sullo smartphone dei clienti;
2. **ORDINI AL TAVOLO**: i clienti ordinano tramite il proprio smartphone in autonomia mentre si trovano al tuo locale;
3. **TAKE AWAY & DELIVERY**: i clienti ordinano i piatti con ritiro al locale o con consegna a domicilio senza commissioni aggiuntive;
4. **PRENOTAZIONE DEL TAVOLO**: prenotazioni del tavolo direttamente dall'app.

CEI Systems
via Indipendenza 9 b/c - 10095
Grugliasco (To) - Tel 011 4081448/456
www.ceisystems.it

NEVE CARBONICA

FONDAMENTALE PER IL CONTROLLO DELLA TEMPERATURA DEI LIEVITATI

Nel settore bakery la termoregolazione è fondamentale per la lavorazione degli impasti. A tutela della qualità delle lavorazioni artigianali Siad è in grado di proporre soluzioni innovative, come il ghiaccio secco

di *Giorgio Lazzari*

Grazie all'utilizzo della neve carbonica, che sublima senza lasciare residui, si riesce a controllare la temperatura dei lievitati con notevoli vantaggi, insieme ad una riduzione degli sprechi. Nel settore bakery ogni fase di lavorazione è particolarmente delicata e ogni variabile, seppur minima, può giocare un ruolo significativo nel determinare il risultato finale. Basta un lieve innalzamento della temperatura durante i processi di mescolatura e miscelazione per causare la proliferazione dei batteri, la perdita di aroma e una minore shelf life. A tutela della qualità delle lavorazioni artigianali Siad è in grado di proporre soluzioni innovative. È il caso, appunto, della neve carbonica, capace di ottimizzare i processi produttivi. In caso di lievitazione anticipata, la maglia glutinica tende infatti a sfaldarsi, compromettendo la qualità del prodotto finale. Una problematica che si verifica anche nei non lievitati e che si dimostra ancor più critica nel corso dei mesi più caldi dell'anno.

La neve carbonica non rilascia umidità tutelando la qualità del prodotto

La proposta di Siad è stata l'adozione di neve carbonica, prodotto solido a -78°C ottenuto dall'espansione di CO2 liquida, capace di provocare un rapido

ed efficace abbassamento di temperatura. Al contrario del ghiaccio tradizionale a base di acqua, la neve carbonica ha il vantaggio di non rilasciare umidità. Evitando di modificare la composizione dell'impasto. La neve carbonica, o ghiaccio secco, passa infatti dallo stato solido a gassoso, senza diluire in acqua, tutelando le ricette. Nel settore del bakery il prodotto di Siad assicura vantaggi di processo e di prodotto, con l'ottimizzazione delle lavorazioni della farina, oltre a una standardizzazione della qualità nel corso dell'anno. La lievitazione, durante le fasi d'impasto, risulta bloccata e il prodotto ne esce più malleabile e caratterizzato da una maggiore alveolatura e con più volume a parità di peso.

Elevata varietà di prodotti e la continua ricerca di innovazione nei processi produttivi sono per Siad l'occasione per promuovere e approfondire l'utilità dei propri prodotti e servizi nel comparto. La termoregolazione degli impasti risulta veramente utile soprattutto nelle grandi realtà industriali e deve tenere conto dell'importanza che la filiera occupa nel Pil nazionale.

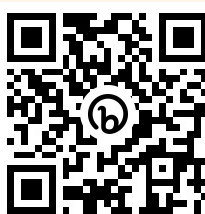
Enormi potenzialità di applicazione nel settore panificazione

L'Università degli Studi di Firenze ha promosso a fine 2019 una sperimentazione con lo "Studio degli effetti connessi all'uso di neve carbonica sulla termoregolazione e la reologia degli impasti". Il lavoro ha messo in evidenza gli effetti connessi all'enorme potenzialità dell'utilizzo di neve carbonica nel settore della panificazione. In particolare, è stato confermato chiaramente il potente effetto di termoregolazione degli impasti durante il processo di panificazione. Nonostante i risultati dell'analisi statistica non evidenzino un miglioramento significativo delle proprietà reologiche degli impasti, l'aggiunta di elevate concentrazioni di neve carbonica (8 e 10%) ha permesso di migliorare leggermente le performance reologiche degli impasti ottenuti dalla cultivar di grano antico Verna, che si è dimostrata molto difficile da processare. Invece, i risultati dell'analisi statistica mostrano un effetto significativo su volume specifico e altezza centrale del pane (in particolare il volume specifico del pane è da considerarsi come uno dei più importanti parametri fisici del prodotto).

In conclusione, l'aggiunta di elevate concentrazioni di neve carbonica (dal 6 al 10%) è consigliata, poiché in grado di migliorare le performance del pane di grani antichi e moderni, incrementando significativamente il volume specifico e l'altezza centrale del pane, mentre si riduce leggermente la densità della mollica. cod 86526

Per informazioni:
food.matterofgas.eu

Siad
via S. Bernardino 92 - 24126 Bergamo
Tel 035 328111
www.siad.com

PER SAPERNE DI PIÙ

Inquadra il QrCode o clicca qui https://italiaatavola-servizi.net/siad/ e scarica il whitepaper con l'approfondimento tecnico sulla termoregolazione degli impasti nell'arte bianca

OSSERVATORIO CORDONS BLEUS

SALMONE E NON SOLO

IN ESTATE È TEMPO DI GUSTARE TANTE SPECIALITÀ ITTICHE

di ***Toni Sàrcina***
presidente Commanderie des Cordons Bleus Italia

Un tempo ritenuti cibi "proibiti" per il loro costo elevato, oggi, considerando le dosi raccomandate, sono accessibili a tutti. Ciò che li accomuna è soprattutto la loro elevata qualità. In questo servizio approfondiremo la conoscenza di quattro specialità ittiche: ostriche, salmone affumicato, caviale e acciughe del mar Cantabrico.

Ostriche: la cura nell'allevamento determina la qualità

Essendo un prodotto "vivo", l'ostrica ha molti appassionati ma anche molti detrattori, probabilmente perché non è molto conosciuta. Si tratta di un mollusco marino con una conchiglia bivalve, la parte superiore è appiattita; quella inferiore, con la quale si fissa alla roccia e dove si trova il corpo dell'ostrica, è convessa. Esistono due specie di ostriche, totalmente diverse: l'ostrica "plate" (piatta), di forma tonda, e l'ostrica "creuse", allungata, chiamata a volte "giapponese" per le sue origini nel Pacifico, che costituisce la parte maggiore della produzione mondiale. Le dimensioni medie si aggirano sui 10 cm di larghezza, ma possono essere anche sensibilmente superiori.

Attualmente, la maggior parte delle ostriche proviene da allevamenti. Il ciclo (l'ostricoltura) dura dai 2 ai 6 anni e richiede cure costanti: dapprima le larve vengono fissate dagli ostricoltori ad appositi collettori, spesso tegole romane, per circa otto mesi; vengono quindi staccate dal loro supporto e inizia la fase dell'allevamento, per una durata massima di due anni, durante la quale l'ostrica si sviluppa. L'ultimo stadio (ingrasso e maturazione) avviene nei parchi ben riparati, dove l'acqua ha un basso contenuto salino (dal 2 al 3%) ed è ricca di plancton, del quale l'ostrica si nutre aspirandolo con l'acqua e filtrandolo attraverso le branchie: le alghe silicee determinano non solo lo sviluppo dell'ostrica ma anche la sua particolare colorazione. Nel periodo della crescita viene trasferita in spazi sempre più grandi.

La qualità dell'ostrica dipende da vari fattori: le cure dell'ostricoltore, le condizioni climatiche, la temperatura dell'acqua e il grado di salinità. Tra le ostriche "plates" sono rinomate le "Ma-

rennes" e le "Belons"; una buona belon, allevata in acqua profonda, si riconosce dalla carne grigio-bianco che riempie bene la conchiglia e con un liquido trasparente. Nella regione di Marennes-Oléron esiste la più importante produzione di ostriche "creuse" di Francia: nell'immensa distesa di "claires" (bacini, spesso antiche saline), l'ostrica si sviluppa consumando un'alga microscopica che contiene dei pigmenti blu e assume un bel colore verde.

Mentre una volta, secondo il detto, le ostriche si consumavano da settembre ad aprile, solo nei mesi con la "r", oggi con l'ostricoltura, si possono gustare tutto l'anno. In Italia sono molto apprezzati gli allevamenti di Trieste, La Spezia, Taranto e Lago di Fusaro in Campania, dove anticamente presero avvio eccellenti allevamenti. Tuttavia, oggi la maggioranza delle ostriche consumate in Italia sono di origine francese, grazie anche alla capacità che ha la rete commerciale di questo Paese di fornire prodotti garantiti non solo sotto il profilo igienico-sanitario (l'ostrica, come tutti i frutti di mare, va controllata attentamente da questo punto di vista), ma anche rispetto alla costanza della qualità, le dimensioni, ecc. Sono da segnalare altre specie diffuse, tra le più importanti: "Portugaises" (Francia), "Ostendes" (Belgio), "Imperials", "Zeelands" (Olanda), "Whitstables", "Colchesters" (Inghilterra).

Come servire le ostriche

Le ostriche si servono sempre all'inizio del pranzo o, meglio ancora, con l'aperitivo; per certi appassionati, però, esse costituiscono, da sole, l'intero menu. Si gustano ancora vive, sia al naturale che spruzzate con pochissimo succo di limone oppure con qualche goccia di aceto allo scalogno, accompagnate con tartine di pane di segale imburrato. Quando sono servite crude, vengono appoggiate sopra mucchietti di sale grosso oppure sopra ghiaccio tritato, in piatti fondi. Naturalmente, al momento dell'apertura della conchiglia, l'ostrica deve essere viva, cioè reagire quando la si tocca; quelle socchiuse devono essere eliminate. Inoltre, quando la conchiglia si apre, deve essere piena d'acqua e l'ostrica deve leggermente contrarsi. Una volta aperta, bisogna gustarla entro un'ora. Quelle chiuse possono essere conservate per cinque o sei giorni ad una temperatura compresa tra 5 e 15°C.

Ogni commensale deve avere una forchettina piatta con un lato tagliente per raccogliere l'ostrica nel guscio e portarla alla bocca. Oggi, per favorirne la degustazione, il mollusco è già staccato dal guscio, prima di portarlo a tavola. Seppure meno frequentemente, alcuni cuochi le propongono cotte: alla griglia, fritte, gratinate o in salsa, per accompagnare certi pesci come sogliole, rombi o ➔

branzini.

L'ostrica è generalmente molto digeribile per cui, quando è servita all'apertura del pranzo o con l'aperitivo, ne possono essere servite anche sei per ogni commensale. Se invece le ostriche formano un piccolo pranzo, ne possono essere servite da 12 a 18. In genere si accompagnano a vini bianchi secchi, Champagne brut o vini spumanti italiani di ottima qualità.

Cenni storici e curiosità

L'ostrica è un mollusco noto da tempi antichissimi. I Greci l'apprezzavano molto e l'entità del suo consumo è indicata anche dal fatto che si usavano i gusci di ostrica nelle pubbliche votazioni. I Romani seguirono i Greci nell'amore per l'ostrica e concepirono il sistema per allevarle. Racconta Varrone che un gentiluomo romano sia stato il primo ad allestire vivai di ostriche a scopo di speculazione, accumulando grandi fortune.

Alcune curiosità: si racconta che Luigi XV le amasse "à la tartare", crude con limone; Mirabeau arrivò a divorarne 360 in una sola volta; Balzac ne mangiò 100 solo come antipasto; Gioachino Rossini, quando era all'inizio di carriera, si indebitò per poter gustare le ostriche che, anche a quel tempo, erano considerate un cibo non alla portata delle tasche di tutti.

Salmone affumicato, ideale da servire in tanti modi diversi

Grande protagonista delle feste del passato, nel tempo il salmone ha vissuto un declino poiché, con gli esemplari di certi allevamenti scadenti, era diventato un pesce non più di "élite". Negli ultimi anni, invece, con allevamenti sempre più interessanti e le varietà migliori, ha riguadagnato il terreno perduto anche se, per gli intenditori, il salmone selvaggio è di gran lunga preferito. Il salmone vive negli abissi dell'oceano ma, quando si tratta di pensare alla famiglia, non esita a cercare acque meno profonde. Quello dell'Atlantico, per esempio, durante il periodo riproduttivo risale i fiumi del nord Europa e del nord America per deporre e fecondare le uova. A due anni i pesciolini tornano al mare, dove restano da uno a tre anni. Il salmone europeo (Scozia, Inghilterra, Irlanda e Norvegia) può raggiungere il metro e mezzo di lunghezza: ha corpo snello color acciaio, con fianchi argentei, ventre chiaro e pinne scure. Quello dell'Alaska è considerato una vera leccornia, specialmente quando è affumicato.

L'affumicatura è il modo più classico di conservare il salmone. In commercio si trovano diversi prodotti, con differenze di prezzo, giustificate dal pregio del pesce, dal taglio e dalle modalità di lavorazione. Scozia, Inghilterra e Norvegia vantano una lunga tradizione: dal corretto dosaggio di sale e fumo dipende la qualità del prodotto finito. Il salmone lavato, privato della testa e delle interiora, aperto a libro e lavato di nuovo, viene immerso in salamoia. C'è quindi l'affumicatura: il fumo proviene da legna resinosa ed erbe aromatiche (ginepro, erica, salvia). Il salmone affumicato di qualità ha carne rosea con una punta di giallo, morbida e leggermente ela-

stica, grassa al punto giusto. La parte centrale è sempre la migliore, perché quella vicino alla coda assorbe sale e fumo e quindi risulta più secca. In commercio si trovano salmoni affettati: le buste di grande formato contengono il prodotto migliore, da servire con pane di segale e riccioli di burro. Quelle con fette piccole e ritagli possono essere utilizzate in cucina.

Esiste una notevole differenza tra salmone selvaggio e salmone d'allevamento. Una differenza che è facilmente percepibile dai nostri sensi quando si degusta la polpa dei due tipi di salmone. Per esempio, il salmone selvaggio dell'Alaska si distingue da quello d'allevamento per alcune caratteristiche fondamentali: la carne è meno grassa, la polpa è più consistente e ha un gusto più definito.

Quando si acquista salmone affumicato, è bene preferire le confezioni più grandi da gustare in vari modi, da quello più semplice a quello marinato e servito come ricca apertura di un pranzo oppure in occasioni in piedi, tagliato a fettine più piccole e sempre accompagnato da fettine di pane di segale leggermente imburrato. Un'ottima soluzione è anche quello di servirlo "alla tartara" come piaceva al Re Sole.

Caviale, eccellenza made in Italy apprezzata in tutto il mondo

Considerato da sempre il top degli alimenti, il caviale gode del favore di veri "fan" che, da buoni intenditori, tempo fa preferivano il caviale russo e quello iraniano, in particolare delle varietà Beluga e Asetra. Tuttavia, nell'ultimo decennio, a causa del progressivo inquinamento dei fiumi, pare che gli storioni, carichi delle preziose uova, abbiano scelto altri percorsi ed è a questo punto che si è affermato il caviale italiano: si tratta dell'ormai celebre Calvisius, diventato stella di prima grandezza, tutta italiana, nel mondo del caviale. A Calvisano, in provincia di Brescia, la Agroittica Lombarda produce un caviale proveniente dagli estensivi allevamenti di storione bianco con sistemi all'avanguardia, sia per quanto riguarda le condizioni igienico-sanitarie sia per quanto riguarda la qualità. L'accoglienza ricevuta dal caviale Calvisius è stata tale che Agroittica Lombarda è diventata il maggior produttore europeo di caviale ed è stata scelta come fornitrice di alcune compagnie aeree di grande importanza, per i passeggeri di prima classe, proprio per le caratteristiche di affidabilità e costante garanzia di qualità unite ad un sapore sopraffino e unico.

Il caviale viene offerto sia pastorizzato che fresco, quest'ultimo in particolare ha straordinarie caratteristiche di profumo e sapore, con un contenuto di sale inferiore al 2,5%, ed è caratterizzato dalle grandi dimensioni (tutte le uova, ugualmente calibrate, misurano circa 3 mm). Considerando che l'ingente produzione copre praticamente l'intero anno solare, il caviale italiano non conosce periodi di fermo ed è prodotto tutto l'anno. Il prezzo, pur essendo elevato, è concorrenziale. Bisogna infatti considerare che se ne gustano piccole quantità, ed è accessibile quasi a tutti.

Grazie a tutto ciò, il caviale italiano è diventato leader della produzione mondiale, sia per la quantità sia per la qualità. Qual è la "nota in più"? Tutto dipende dalla salatura durante il ciclo di lavorazione e, a quanto pare, quella realizzata in Italia non ha eguali poiché si avvale di maestri salatori di grande esperienza che garantiscono la costanza qualitativa. La fama del caviale italiano si è diffusa con le esportazioni in tutto il mondo, compresa la Russia.

Come si serve il caviale? Il caviale deve essere gustato in breve tempo poiché si conserva poco. Dovrebbe esse- ➡

re gustato da solo o, al massimo, con una patata lessata. Esistono speciali coppe di vetro con il doppio fondo: nella parte inferiore si mette del ghiaccio e in quella superiore il caviale, alla temperatura di 2°C, con un cucchiaino di madreperla. La dose corretta, salvo eccezioni di golosità, è di 15-20 grammi a persona. Naturalmente, se ci fossero grandi quantità, piuttosto che lasciarlo andare a male, meglio mangiarlo, da solo, senza aggiunte e accompagnarlo con bollicine.

Acciughe del Cantabrico, sempre più di tendenza

Le acciughe possono apparire un argomento banale e scontato per la grande disponibilità e le molteplici varietà presenti nel mercato italiano che le utilizza in tantissimi piatti secondo i territori. Tuttavia, da alcuni anni, grazie soprattutto a grandi chef che le hanno inserite nei loro menu, sono salite alla ribalta le acciughe del Cantabrico, nettamente diverse da quelle fino ad allora diffuse. Oggi è in atto una vera disputa sulle acciughe conservate ma, dopo averle viste e assaggiate, per le altre non c'è stato niente da fare: quelle del Cantabrico sono nettamente migliori, vediamo perché.

Prima di tutto la loro dimensione, sono più grandi, intere e carnose. Poi il gusto esclusivo e la loro "interezza" che non le fa sciogliere, neanche in cottura, per la loro carnosità. Sono selezionate a mano, una per una, e quindi, sempre a mano, vengono poste nei contenitori finali. Naturalmente, sono più care delle nostrane ma vale la pena di provare ad usarle per notare le differenze con le altre varietà. Per fare un test di assaggio, è sufficiente mettere un filetto sopra un crostino di pane, magari leggermente imburrato, per un aperitivo fuori dall'ordinario, accompagnandolo con bollicine. Oggi fanno tendenza ed anche i locali pubblici meno noti hanno iniziato ad acquistarle e utilizzarle per arricchire i loro aperitivi o piccoli spuntini.

Ripercorriamo la loro storia. A cavallo tra la fine dell'800 e l'inizio del 900, alcuni pescatori siciliani giunsero in Cantabria, sulle coste di Spagna, per cercare pesci già confezioni ed ebbero modo di vedere da vicino la lavorazione delle acciughe restandone sorpresi ed ammirati. Iniziò così l'importazione in Italia ma in piccolissime quantità per il costo elevato. Gli stessi pescatori si fermarono là per insegnare a quelli spagnoli la tecnica conserviera italiana. Ci vollero molti anni prima che le acciughe del Cantabrico si affermassero nel nostro Paese perché ancora troppo care per il nostro mercato, ma diventarono "chicche" per pochi gourmet. Più recentemente, con una diffusione capillare, ormai tutti i tipi di consumatori si sono abituati a questa novità con grande soddisfazione.

Sono confezionate sempre da personale femminile poiché, avendo mani più piccole di quelle maschili, possono inserirle più facilmente nei contenitori selezionando solo i filetti delle stesse dimensioni. Il modo migliore per apprezzare pienamente il sapore delle acciughe del Cantabrico è mangiarle da sole, su una fetta di pane con un po' di burro, oppure con un formaggio morbido. cod 87211

ACCIUGHE RESERVA LA NEF

Con i suoi brand La Nef ha scelto di trattare solo prodotti di nicchia e di altissima qualità provenienti dal Mar Cantabrico, dedicati alla ristorazione di livello e al mercato retail specializzato. Le acciughe del Mar Cantabrico, note per la loro qualità indiscussa, si posizionano nel mercato dei prodotti gourmet e sono considerate le migliori per dimensione e gusto.

La Nef è alla costante ricerca di prodotti di qualità che permettono di ottenere un prodotto finito che si differenzia per gli elevati standard qualitativi. A breve l'azienda marchigiana inizierà a distribuire delle acciughe del Cantabrico davvero speciali: le Acciughe del Cantabrico Reserva Vintage, un prodotto esclusivo che nasce dalla volontà di ampliare l'assortimento attuale andando a fornire un prodotto unico e dalle qualità indiscusse. A livello qualitativo si posizioneranno allo stesso livello dell'attuale linea Reserva, ma avranno la particolarità di essere sottoposte ad un processo di maturazione di 24 mesi. cod 87125

CALVISIUS CAVIALE DI ALTISSIMA QUALITÀ E SOSTENIBILE

Agroittica esporta in tutto il mondo caviale italiano di alta qualità per una produzione totale di 28 tonnellate. L'azienda vende quasi il 90 % del suo caviale all'estero con due filiali negli Usa e Francia

Agroittica è assieme una storia di straordinaria imprenditoria italiana, un sogno gastronomico e un sistema sostenibile unico, innovativo e controllato. Conosciuto dai più attenti cultori di eccellenze e dai più raffinati gastronomi, Calvisius è il brand top di gamma presente nei migliori ristoranti e gastronomie internazionali e nelle first classes delle più importanti compagnie aeree, dedicati a una clientela gourmand.

La nascita di un mito: Calvisius

Il pay off di Agroittica recita "Aquae optima", ovvero "il meglio dall'acqua", ideale sintesi della mission e dell'essenza del brand. Le origini di Agroit-

LA COLLEZIONE CALVISIUS CAVIAR

Calvisius Tradition Prestige, Royal, Elite

Il caviale Tradition si ottiene dallo storione bianco, una specie originaria delle coste nord americane dell'oceano Pacifico. È tra gli storioni più longevi, in grado di arrivare a raggiungere i cento anni di età, gli 800 kg di peso e fino ai 6 m di lunghezza. Oltre che per la sua carne magra, bianca, ad alto contenuto proteico, è particolarmente apprezzato per la sua cospicua produzione di uova di grande dimensione, da 2.9 a 3.2 millimetri, caratterizzate da una colorazione che varia dal grigio scuro al nero. Di gusto particolarmente raffinato ed elegante con note burrose e aromi vicini al mondo della pasticceria soddisfa ogni palato. Occorrono minimo 12 anni di attesa per ottenere questo caviale.

Calvisius Siberian Classic e Royal

Il Calvisius Siberian si ottiene dallo storione Siberiano. Questo pesce produce un caviale di media dimensione (2.2-2.7 mm), necessita minimo di 7 anni per arrivare alla produzione del caviale ed è considerato una tra le specie più precoci. La gamma delle tonalità di colore dei grani è discretamente ampia e varia dal grigio scuro al marrone pallido, la texture è abbastanza soffice e delicata e si presenta lievemente idratata con un piacevole effetto traslucente.

Calvisius Beluga

Il Calvisius Beluga è un caviale di grandi dimensioni: le sue uova, infatti, arrivano facilmente a superare i 3 millimetri di diametro. Estratto dallo storione Huso huso, presenta una texture lucida e brillante con una colorazione che va dal grigio perla al grigio scuro, con la caratteristica occhiatura. Le uova hanno un gusto cremoso, piacevolmente grasso, con ricercate note di mare sul finale. Per ottenere questo caviale occorrono circa 20 anni, ma l'attesa viene ampiamente ripagata da una specialità raffinata e di grande prestigio.

tica risalgono agli anni '70, quando i soci di un'acciaieria bresciana e quelli di una società di impiantistica siderurgica veneta intuiscono la possibilità di sfruttare il calore residuo della produzione dell'acciaio per ottimizzare l'allevamento ittico.

Agroittica dispone di due impianti nel comune di Calvisano, in provincia di Brescia, per un totale complessivo di 60 ettari di allevamento. Nel proprio stabilimento di Calvisano, oltre allo storione, Agroittica produce trota, salmone, tonno e pesce spada oltre al caviale più sostenibile al mondo. Oggi Agroittica esporta in tutto il mondo caviale italiano di alta qualità per una produzione totale di 28 tonnellate. L'azienda vende quasi il 90 % del suo prezioso caviale all'estero con due filiali negli Usa e Francia.

La qualità del caviale Calvisius ha origine nella peculiarità delle acque dove viene allevato e in un modello di allevamento molto vicino alle caratteristiche dell'ambiente naturale tipico degli storioni: questo rende la produzione più sostenibile e di altissimo profilo qualitativo. Agroittica è stata la prima azienda al mondo a creare un allevamento di storioni su larga scala. Il caviale italiano Calvisius ha vinto il prestigioso Premio Mercury Award, il premio Rosa Camuna- Regione Lombardia, nonché una menzione come azienda che ha «saputo superare i suoi limiti» durante l'Expo di Milano 2015 e il Superior Taste Award nel 2017. cod 87207

Calvisius - Agroittica Lombarda
viale Kennedy - 25012 Calvisano (Bs)
Tel 030 9686991
www.calvisius.it

SI FA PRESTO A DIRE SALMONE...

IL CODA NERA È IL RE DEGLI AFFUMICATI

di ***Alberto Lupini***

Salmone affumicato: se ne trova di tutti i tipi e, oltre alla provenienza, ciò che conta è la specie utilizzata e il tipo di allevamento. Se questo è il primo passo, c'è poi il tema della selezione, attività che La Nef svolge in maniera rigorosa e accurata. Il risultato è un prodotto che in pochi anni ha conquistato il mercato italiano dell'affumicato. Ci riferiamo al Coda Nera, ormai diventato un sinonimo di qualità, e come tale presentato in molti menu. Parliamo di un prodotto ricercato e apprezzato dai food lover che di recente è entrato nell'olimpo dei Top Italian Food 2022 di Gambero Rosso come eccellenza ittica rappresentativa della miglior qualità Made In Italy. Coda Nera, insieme alle acciughe del Cantabrico Reserva, al baccalà Le Grand Blanc e al caviale Noah, è tra i brand della linea La Nef Deluxe, punto di riferimento per la ristorazione italiana e per gli estimatori dei prodotti ittici di prima scelta.

La Nef: nata come piccola realtà familiare a Osimo, oggi multinazionale

La Nef nasce dall'intuizione di Giordano Palazzo, presidente e fondatore dell'SpA marchigiana, che nel 1989, a Osimo, in provincia di Ancona, iniziò a proporre salmone affumicato nella storica salumeria di famiglia, in un'epoca in cui tale varietà era ancora considerata una prelibatezza per pochi intenditori. È così che da piccola realtà familiare, La Nef inizia ad affermarsi come distributore locale di salmone affumicato e specialità ittiche conservate. Nel 2009 nasce il primo dei sei brand che oggi fanno capo al gruppo, Re Salmone, che in poco tempo diventa un marchio riconosciuto e apprezzato dai consumatori. Grazie a

CODA NERA CLASSICO

Affumicato nel rispetto del metodo tradizionale a La Ficelle sul fuoco di legna. Carni morbide di colore arancio e dal sapore delicato, con un leggero aroma di fumo.

questo lancio, le vendite iniziano a crescere in modo sostanziale e l'azienda si trova a dover rispondere in tempi brevi a una richiesta sempre più forte, tanto che oggi il gruppo supera i 50 milioni di euro fatturato, il 10% del quale realizzato con la più selezionata qualità del Coda Nera.

I salmoni Coda Nera crescono nelle acque dei fiordi, in un ambiente controllato dove occupano solo il 2,5% del volume complessivo d'acqua, che è la densità massima stabilita per legge in Norvegia. Un paese da sempre all'avanguardia per il sistema di acquacoltura e per l'attenzione al benessere animale, come dimostra il recente rapporto del Norwegian Seafood Council, nel quale si afferma che il 99% del salmone norvegese viene prodotto senza l'uso di antibiotici grazie all'uso efficace dei vaccini e ai rigorosi controlli applicati. La Nef pone da sempre grande attenzione a tutte le fasi del sistema produttivo. L'intera filiera è sottoposta a verifiche costanti che vengono applicate sistematicamente lungo l'intero processo, a garanzia dell'impegno per una gestione sostenibile e a tutela della qualità.

CODA NERA RISERVA

Salmone di qualità superiore, cresciuto nelle acque dell'isola di Skjervøy, nell'estremo nord della Norvegia, ottenuto da un taglio esclusivo e affumicato nel rispetto del metodo tradizionale a La Ficelle sul fuoco di Legna. Le carni sono morbide e magre, di colore arancio deciso e dal sapore delicato, con un leggero aroma di fumo.

La svolta: puntare sulla materia prima lavorata a fresco

La Nef ha scelto di puntare tutto su una materia prima lavorata esclusivamente a fresco, mai congelata, salata a mano e affumicata su legno di faggio, secondo un'antica tradizione baltica e senza l'uso di coloranti e additivi e senza zuccheri aggiunti. Una "ricetta" unica nel mercato, frutto di anni di esperienza, ricerca e dedizione, che nel tempo ha intercettato le esigenze dei consumatori, che con sempre maggior frequenza e consapevolezza scelgono di portare sulle loro tavole il salmone affumicato, attenti alla qualità, all'apporto nutrizionale e alla ricaduta ambientale del proprio acquisto. Il marchio Coda Nera si compone di tre denominazioni disponibili sul mercato nei canali Food Service, Gastronomia alto livello e Ristorazione, ideali per preparazioni eleganti, innovative e ricche di gusto: Coda Nera Classico, Coda Nera Riserva e Coda Nera Gran Riserva. cod 86929

La Nef
c/o Gross Ancona Edificio G1
via Albertini 36 - 60131 Ancona
Tel 0717 276042 - **www.codanera.it**

CODA NERA GRAN RISERVA

Come il Coda Nera Riserva, anche il salmone affumicato Gran Riserva cresce nelle acque dell'isola di Skjervøy, nell'estremo nord della Norvegia, ma soltanto i pesci più grandi vengono scelti per realizzare questa eccellenza. Filetto di salmone di qualità superiore, viene selezionato e affumicato nel rispetto del metodo tradizionale a La Ficelle, sul fuoco di Legna. Le carni si presentano morbide e magre, di colore arancio deciso e dal sapore delicato, con un leggero aroma di fumo.

SALMONE NORVEGESE

BUONO, SOSTENIBILE E IDEALE PER INFINITE RICETTE

Cucinare è una vera e propria arte, ma non tutti hanno un vero talento davanti ai fornelli e a volte c'è chi non ha neanche il tempo per imparare. Ma per fortuna ci sono degli ingredienti che diventano dei preziosi alleati per tutti, sia per chi si considera un vero e proprio "chef" sia per chi è alle prime armi. Il salmone norvegese, sempre più presente nelle cucine degli italiani, è proprio uno di questi alimenti: tanto amato in tutte le sue tipologie - da quello affumicato ai tranci di salmone fresco fino a quello congelato - è versatile e gustoso, protagonista di ricette gourmet ma anche facili e veloci. Sono davvero tante le ricette che si possono preparare con il salmone norvegese: dall'antipasto al primo fino ai secondi, sono tutti piatti gustosi, salutari e perfetti per fare sempre una bella figura con i propri ospiti. Scopri tutte le ricette su **www.pescenorvegese.it**.

Oltre a presentare piatti creativi e deliziosi, con il salmone si può proporre anche un menu bilanciato per un'alimentazione sana e corretta. Povero in grassi saturi, ma ricco di acidi grassi polinsaturi Omega-3, il salmone norvegese contiene proteine nobili, sali minerali e notevoli quantità di vitamine A, D, B12. Non solo. Il salmone norvegese è anche sostenibile.

Non solo. Il salmone norvegese è anche sostenibile. La Norvegia sa bene quanto la natura sia importante: le acque fredde e limpide dei fiordi offrono le condizioni perfette per la pesca e per l'acquacoltura. Questo ha portato il Paese nordico ad essere impegnato in un percorso di attività sostenibili rivolte alla propria industria ittica per garantire sempre prodotti sani, sostenibili e di alta qualità.

Nel corso degli anni l'industria norvegese si è evoluta, passando dalla pesca libera a una rigida regolamentazione. È stato tra i primi Paesi al mondo a introdurre un sistema di quote per la pesca e ora altri Paesi stanno seguendo questo esempio, garantendo una forte attenzione all'uso sostenibile delle risorse degli oceani. Il marchio "Seafood from Norway" rappresenta un simbolo di origine e qualità di tutti i prodotti ittici norvegesi, pescati e allevati in maniera sostenibile nelle limpide acque fredde della Norvegia. cod 87159

Per info: **www.pescenorvegese.it**

Riempi il tuo mondo
di meraviglia

BEVI RESPONSABILMENTE

FJORD
ECCELLENZE ITTICHE AFFUMICATE

Agroittica Lombarda nel proprio stabilimento di Calvisano (Bs), oltre allo storione, produce secondo una tradizione italica di artigianalità trota, salmone, tonno e pesce spada. Nell'ottobre 2017 ha acquisito il ramo produttivo della Fjord Spa di Busto Arsizio (Va), sin dagli anni '60 punto di riferimento nella produzione di ittici affumicati, con l'obiettivo di rilanciare il marchio Fjord in chiave Made in Italy.

Agroittica è dotata di uno stabilimento interamente dedicato alla

Tonno

LA LINEA AFFUMICATI FJORD

Salmone

Salmone Norvegese

Pesce nobile originario dei freddi mari del Nord, è famoso per il suo incredibile viaggio dalle fresche acque del fiume a quelle salate del mare aperto. È un pesce dal gusto deciso e con piacevoli nuance di affumicatura tipiche del legno di faggio. Il Salmone Norvegese è disponibile anche nella versione sashimi nelle varianti: Pistacchio, Semi di Sesamo, Alga Nori e al Naturale e Lingotto di Salmone Norvegese nelle varianti Pepe Nero, Pepe Rosa, Erba Cipollina, Semi di Sesamo e al Naturale.

Salmone Scozzese

Leggermente salato e lentamente affumicato con pregiati legni di faggio, il salmone scozzese è un pesce dal sapore delicato e dalla carne compatta, consistente e caratterizzata da leggere striature rosate. Questo prodotto è disponibile anche nella versione Salmone Scozzese al Whisky.

Salmone Red King

Il salmone Red King, leggermente salato, viene affumicato lentamente utilizzando pregiati legni di faggio. La carne dal colore arancione rosato ha un gusto estremamente delicato ed una consistenza burrosa propria dei King Salmons.

Salmone Selvaggio Alaska

Le peculiarità di questo pesce sono date dal colore delle sue carni, arancione brillante ed intenso, dalla sua morbidezza e dal suo gusto intenso.

Trota

Il filetto di trota affumicato è ideale per gli antipasti o semplicemente da gustare come piatto pronto con del pane caldo. La sua carne presenta queste peculiarità: è compatta, soda e dalle striature rosate.

Pesce Spada

Pesce spada di prima scelta, ottenuto dalla lavorazione della carne di qualità "sashimi", delicatamente affumicata con pregiati legni di faggio. La sua fragranza ed il suo sapore sono inconfondibili.

Tonno

Il delizioso pesce è leggermente salato e lentamente affumicato con pregiati legni di faggio per esaltare il suo sapore delicato. È ideale per antipasti appetitosi e gustosi, da provare quello al Mirto di Sardegna che si presenta come un involtino di tonno affumicato Fjord con formaggio cremoso e salsa aggrumata.

produzione di salmone, con un flusso di produzione che, partendo dal pesce fresco, garantisce quotidianamente la massima freschezza e qualità. Dalla materia prima di qualità selezionata con cura e attenzione si passa alla salatura e all'affumicatura, eseguite con metodi tradizionali salando a mano il pesce, e affumicandolo con pregiati legni di faggio. La lenta affumicatura regala ai prodotti Fjord un gusto unico, delicato, per esaltare al meglio il profilo aromatico dei prodotti.

I prodotti a marchio Fjord sono posizionati come "Gdo Premium" e presenti su tutto il mercato italiano con molteplici referenze per soddisfare ogni gusto (salmone, storione, tonno, pesce spada) e preferenza (specialità di punta l'Alga Nori, il salmone al pistacchio e al sesamo). È da sempre il punto di riferimento nella produzione di ittici affumicati. Con l'esperienza e la cura maturate nella lavorazione del caviale unite alla passione tutta italiana, Fjord offre sempre i migliori prodotti, alla costante ricerca di una cultura gastronomica di alto livello.

cod 87208

Fjord
via per Cassano Magnago 120 - 21052
Busto Arsizio (Va) - Tel 0331 681155
www.fjord.eu

CASH & CARRY E FRANCESCO GOTTI LE DUE LEVE DI QUALITÀ DI OROBICA PESCA

Orobica Pesca è tra le principali realtà italiane specializzate nella distribuzione e commercializzazione di prodotti ittici e alimentari. Dal 2021 ha ulteriormente migliorato l'attenzione su servizi e materie prime per gli specialisti della ristorazione con l'apertura della nuova sede di Stezzano (Bg), caratterizzata da un'area dedicata al Cash & Carry per clienti professionisti, in un'ottica di maggiore attenzione al settore B2B. L'esposizione dei prodotti prevede, su una superficie di quasi 1.000 m², la massima cura per il mantenimento dei prodotti nell'area dedicata all'attività di vendita dei prodotti ittici, affiancata dal reparto dei prodotti congelati, freschi, secchi e conservati.

Look nuovo per l'hub di Stezzano e nuova collaborazione con lo chef Francesco Gotti, che grazie alla sua esperienza pluridecennale riesce ad offrire al pubblico business prodotti finiti e di qualità sopraffina, tra i quali ci sono numerosi alimenti semilavorati, già sottoposti a un trattamento eseguito dalle abili mani di chef Gotti e che permettono quindi un risparmio di tempo e risorse per il professionista che li utilizza per l'elaborazione del prodotto finale, pur non rinunciando alla qualità della materia prima.

Ciò che Orobica Pesca offre alla propria clientela è un prodotto caratterizzato dall'eccellenza qualitativa, grazie alle figure specializzate interne che garantiscono non soltanto un prodotto di altissima qualità grazie a meticolose procedure di conservazione, movimentazione, trasporto e mantenimento della catena del freddo (oltre che ispezioni e controlli chimici e microbiologici), ma anche un servizio attento e su misura per le esigenze del cliente.

> **Orobica Pesca investe sul B2B con lo stabilimento di Stezzano (Bg) e con l'offerta di prodotti preparati dalle abili mani dello chef Gotti, che permettono al professionista di risparmiare tempo e risorse**

Tutto questo compone il certificato "GOP", Garantito Orobica Pesca: prodotti di qualità e freschissimi. La nuova sede offre, oltre al vasto assortimento di prodotti ittici, anche carne fresca e congelata, salumi, formaggi, latticini, torte e prodotti di pasticceria, verdura fresca, congelata e in scatola, prodotti di gastronomia, pasta e condimenti. cod 87149

Orobica Pesca
via Santuario - 24040 Stezzano (Bg)
Tel 035 4172811
www.orobicapesca.it

Nicola Bertinelli

PARMIGIANO REGGIANO

LA PRODUZIONE CONTINUA A CRESCERE: +10,6% NEGLI ULTIMI 4 ANNI

Il Consorzio punta sempre di più verso l'estero: mercati di grandi opportunità di sviluppo per una produzione in continua espansione: negli ultimi quattro anni è aumentata da 3,7 a 4,09 milioni di forme

di ***Giorgio Lazzari***

Prosegue la crescita e l'appeal del Parmigiano Reggiano in tutto il mondo. I dati positivi riguardano sia le vendite sia i prezzi: il giro d'affari al consumo ha toccato il massimo storico di 2,7 miliardi di euro contro i 2,35 miliardi del 2020, ma al massimo è giunto anche il valore generato alla produzione con 1,71 miliardi di euro contro gli 1,52 miliardi del 2020. Si è inoltre registrata una crescita del valore totale della produzione pari al 22,5% (57,015 milioni di euro contro i 46,54 milioni dell'anno precedente). L'utile dell'esercizio 2021 si è inoltre attestato a 76.252 euro.

L'assemblea dei consorziati a Modena

Durante l'assemblea generale dei consorziati del Parmigiano Reggiano, che si è svolta al Forum Monzani di Modena, il Consorzio ha approvato il bilancio consuntivo 2021 che si è chiuso con dati positivi per quanto riguarda vendite e prezzi. La partecipazione è stata alta da tutte le province del comprensorio: 110 produttori che rappresentano circa il 35% del totale dei caseifici del Parmigiano Reggiano.

Alla presenza dei rappresentanti delle istituzioni, dei consiglieri in carica nel 2012, dei caseifici colpiti dal sisma e delle autorità legate al mondo del volontariato, il Consorzio ha voluto ricordare, a dieci anni dalla tragedia, il terremoto del 2012, che ha colpito l'Emilia Romagna e parte della Lombardia. Per l'occasione è stato proiettato un video che ha raccontato, attraverso le immagini del sisma, le sfide che la filiera ha dovuto affrontare, il coraggio e la resilienza con cui sono state superate le difficoltà strutturali, produttive ed economiche. All'incontro ha partecipato anche il presidente della Regione Emilia Romagna, **Stefano Bonaccini**, il quale ha colto l'occasione per partecipare al ricordo del terremoto che nel 2012 ha colpito duramente i caseifici della zona d'origine del Parmigiano Reggiano.

Stefano Bonaccini

Produzione in costante crescita e investimenti nella comunicazione

«Stiamo parlando di volumi che orientano il Consorzio - ha sottolineato il presidente **Nicola Bertinelli** durante l'assemblea che si è svolta in presenza per la seconda volta consecutiva dopo la pandemia, nel rispetto delle norme anti-contagio - a puntare sempre di più verso l'estero: mercati di grandi opportunità di sviluppo per una produzione in continua, ma programmata, espansione. Negli ultimi quattro anni, la produzione è aumentata da 3,7 a 4,09 milioni di forme, registrando una crescita pari al 10,6%».

Per il Consorzio il 2021 ha registrato un incremento degli investimenti in marketing, comunicazione e sviluppo dei mercati, con uno stanziamento che ha superato il tetto record di 31 milioni di euro. La comunicazione al consumatore rappresenta pertanto una delle leve fondamentali per sostenere l'incremento della produzione, tramite lo sviluppo della domanda in Italia e all'estero.

Il problema delle norme sulla produzione di formaggi similari

L'Assemblea ha inoltre affrontato il tema delle norme che regolano la produzione di formaggi similari o comparabili al Parmigiano Reggiano, approvando a larga maggioranza la pro-

posta di introdurre il divieto di produrre, nei caseifici della filiera, altri formaggi che possono rischiare di essere confusi con la Dop. A tal fine, l'Assemblea ha dato mandato al consiglio di amministrazione di definire una proposta di modifica dello statuto, che sarà successivamente ratificato in assemblea straordinaria nei tempi più rapidi possibili. Tale intervento sarà sviluppato in un'ottica di esigenza di equilibrio tra domanda e offerta da consolidare nel mercato e di tutela ulteriore del prodotto.

Il ricordo del sisma del 2012 in Emilia Romagna

Al Forum Monzani, il Consorzio del Parmigiano Reggiano ha voluto ricordare, a dieci anni dalla tragedia del 2012, l'evento che ha colpito l'Emilia Romagna e parte della Lombardia. Alla presenza dei rappresentanti delle Istituzioni, dei consiglieri in carica nel 2012, dei caseifici colpiti dal sisma e delle autorità legate al mondo del volontariato, è stato proiettato un video che ha raccontato, attraverso le immagini del terremoto, le sfide che la filiera ha dovuto affrontare, il coraggio e la resilienza con cui sono state superate le difficoltà strutturali, produttive ed economiche. Sono stati evidenziati gli interventi economici, strutturali e solidali portati avanti, sia dai cittadini che dalle amministrazioni, e la costanza e l'impegno con cui l'intera filiera non si è arresa, rendendola esempio di resistenza.

Durante il terremoto sono stati lesionati e distrutti 37 caseifici con la caduta di 600 mila forme di Parmigiano Reggiano. Nonostante tutte le difficoltà causate dalle scosse, la macchina produttiva non si è mai fermata e nessun caseificio è stato costretto a chiudere i battenti. Inoltre, nei caseifici colpiti dal sisma si è registrato un aumento di produzione pari al 48% negli ultimi 10 anni.

All'Assemblea ha partecipato il presidente della Regione Emilia Romagna Stefano Bonaccini. «Il coraggio e la forza di reazione al dramma dimostrati dai caseifici colpiti dal terremoto - ha dichiarato - sono un'ulteriore prova della straordinaria capacità di questa terra di non lamentarsi e trasformare anche una tragedia come quella del sisma del 2012 in un'opportunità di rilancio e riscatto. Vi ringrazio per quanto avete fatto.

In questi giorni, in occasione del decennale, sto incontrando le comunità colpite dal terremoto e ovunque vedo l'orgoglio per una ricostruzione che ha pochi eguali nel Paese, in un territorio che è oggi più ricco, più produttivo, con infrastrutture più moderne e sicure. D'altronde, una delle priorità delle istituzioni è stata quella di salvaguardare le straordinarie filiere produttive, come è la vostra, per evitare una desertificazione economica e industriale. Oggi possiamo dire di aver centrato l'obiettivo, un risultato il cui merito va condiviso tra tutti: amministratori, imprenditori, tecnici, operatori, volontari e semplici cittadini. Nessuno ha fatto mancare il proprio contributo».

Anche **Fabio Rolfi**, assessore all'Agricoltura, alimentazione e sistemi verdi della Regione Lombardia, ha voluto esprimere la sua vicinanza alla filiera del Parmigiano Reggiano attraverso un video che è stato proiettato in assemblea. «Sono trascorsi dieci anni - ha affermato - dal terremoto che ha sconvolto le zone di produzione del Parmigiano Reggiano, anche in Lombardia, ma il ricordo è ancora vivo. Dopo quella immane tragedia, i siti di produzione hanno addirittura saputo rinnovarsi e rilanciarsi. Questa è la storia delle nostre filiere, che trovano sempre il modo per rialzarsi anche dopo grandi momenti di difficoltà. I dati economici lo dimostrano, ma a lasciare il segno è stato il senso di comunità che ha contraddistinto le nostre imprese e i nostri territori. Si tratta di una storia che merita di essere raccontata e per questo non posso far altro che ringraziare il Consorzio del Parmigiano Reggiano».

Il terremoto ha rappresentato una grande prova per le aziende della filiera. «Ci ha insegnato che, rimboccandoci le maniche, ci si può rimettere in piedi e diventare ancora più forti», ha concluso il presidente del Consorzio, Nicola Bertinelli. «Ciò deve ispirare la nostra condotta per il futuro, in un periodo di gravi incertezze e di equilibri precari».

cod 87222

Per informazioni:
www.parmigianoreggiano.com

Sul tagliere dei formaggi... BITTO, CACIOCAVALLO SILANO, FORMAI DE MUT

di ***Vincenzo D'Antonio***

Bitto Dop

Il tagliere che qui proponiamo, composto da tre formaggi Dop, ha una sola "madre" (origine del latte), la vacca, e due "padri" (territori di provenienza): la Lombardia per due di loro e la Calabria per il terzo. Tutti e tre hanno un'età misurabile in mesi.

Bitto Dop

Secondo alcuni storici, l'allevamento del bestiame nelle valli alpine fu avviato dai Celti. Da allora, l'usanza di allevare gli animali da latte negli alpeggi durante la stagione estiva è giunta fino ai giorni nostri e con essa la tradizione di trasformare in formaggio il latte prodotto. Il nome Bitto si fa derivare dal termine celtico bitu, ossia perenne. Probabilmente i Celti attribuirono questo nome al Bitto in quanto la lavorazione del latte consentiva di produrre un alimento da utilizzare come scorta alimentare. La città più importante per la commercializzazione del Bitto era Morbegno, centro della Bassa Valtellina, dove, dagli inizi del 1800, si svolgeva annualmente una mostra di questo formaggio oramai conosciuto e apprezzato anche nelle valli limitrofe.

Il Bitto Dop è un formaggio stagionato a pasta semidura prodotto con

latte vaccino intero. Può starci, da disciplinare, un'eventuale aggiunta di latte caprino crudo in misura non superiore al 10%. La zona di produzione comprende l'intero territorio della provincia di Sondrio e i territori limitrofi di alcuni comuni nelle province di Bergamo e Lecco. Il latte vaccino deve provenire da razze bovine tradizionali della zona di produzione, alimentate con erba di pascolo. Anche il latte caprino crudo deve essere ottenuto da animali alimentati a pascolo libero. Il latte, bovino ed eventualmente caprino, deve essere lavorato entro un'ora; viene immesso nelle tradizionali caldaie in rame a forma di campana rovesciata, dove è riscaldato mediante fuoco a legna. La cagliata è ottenuta con caglio di vitello.

La stagionatura minima è di 70 giorni, ma le forme possono essere lasciate a maturare anche per diversi anni, senza che siano alterate le caratteristiche organolettiche e strutturali del formaggio. Il Bitto Dop è prodotto nella stagione estiva; precisamente nel periodo compreso tra il 1° giugno e il 30 settembre. Pertanto, la maturazione inizia nelle casere d'alpe e si conclude in appositi locali a fondovalle, sfruttando il naturale andamento climatico della zona di produzione.

Il Bitto Dop si presenta con una crosta di colore giallo paglierino e pasta compatta dal bianco al giallo paglierino a seconda della stagionatura. Presenta occhiatura rada a occhio di pernice. Il sapore è dolce e delicato. Con l'invecchiamento acquista maggiore compattezza, diventa fondente al palato ed acquisisce un gusto più forte e aromatico. Il Bitto Dop possiede una notevole attitudine alla conservazione.

Nel nostro tagliere consentiremo di degustarlo irrorato con Aceto Balsamico Tradizionale di Modena Dop. Qualora volessimo pensarlo di ghiotto transito in cucina, lo vediamo per sua insita vocazione impiegato nei pizzoccheri e nella polenta taragna. Le forme invecchiate sono utilizzate come formaggio da grattugia.

Caciocavallo Silano Dop

Caciocavallo Silano Dop

E dalla Valtellina scendiamo lo stivale fino ad arrivare in Calabria dove incontriamo il Caciocavallo Silano Dop. È un formaggio semiduro a pasta filata prodotto con latte vaccino intero proveniente da bovine allevate nella vasta zona di produzione che comprende le aree interne delle province di Crotone, Vibo Valentia, Catanzaro e Cosenza, la Basilicata, il Molise, nonché le province di Avellino, Benevento, Caserta, Bari, Taranto e Brindisi. Il Caciocavallo Silano Dop è tra i più antichi e caratteristici formaggi a pasta filata del Mezzogiorno d'Italia. Il suo curioso nome deriva dalla legatura a coppie, che consente di metterlo a stagionare "a cavallo" di una pertica. La denominazione Silano deriva dalle origini antiche legate all'altopiano della Sila. Le prime notizie sulla preparazione del cacio risalgono al 500 a.C. Nei secoli successivi, troviamo citazioni sulle qualità del butirro, antenato del caciocavallo, in opere di diversi autori latini, fra cui Plinio.

Il latte, di non più di quattro mungiture consecutive, viene coagulato utilizzando caglio di vitello o di capretto. Le forme vengono legate a coppie e appese a delle pertiche, per almeno 30 giorni, affinché avvenga la stagionatura. Occorrono 10 litri di latte per ottenere un chilogrammo di formaggio.

Il Caciocavallo Silano Dop ha una forma ovale o tronco-conica, con testina o senza, con presenza di insenature in corrispondenza della posizione dei legacci. La crosta è sottile, liscia, di colore giallo paglierino; la pasta è omogenea, compatta con lievissima occhiatura di colore bianco o giallo paglierino. È caratterizzato da un sapore aroma- ➡

Formai de Mut dell'Alta Valle Brembana Dop

tico, piacevole, fondente in bocca, normalmente delicato e tendenzialmente dolce quando il formaggio è giovane, fino a diventare piccante a maturazione avanzata.

Nel nostro tagliere, lo serviremo dopo che è stato brevemente scottato sulla piastra.

Formai de Mut dell'Alta Valle Brembana Dop

E dal Meridione torniamo in Lombardia, precisamente nella Valle Brembana, per il terzo formaggio di questo tagliere: il Formai de Mut dell'Alta Valle Brembana Dop. È un formaggio a pasta semicotta prodotto esclusivamente con latte vaccino intero proveniente da una o due mungiture giornaliere.

Si presenta nelle due tipologie: Prodotto a fondovalle e Prodotto in alpeggio. La zona di produzione ricade in 21 comuni dell'Alta Valle Brembana, in provincia di Bergamo. La zona di produzione e stagionatura del Formai de Mut interessa un'area alpina di particolare rilevanza ambientale, essendo interamente compresa nel perimetro del Parco delle Orobie Occidentali Bergamasche. Il clima fresco, l'abbondanza di acqua e la grande disponibilità di pascoli ricchi e di essenze aromatiche, costituiscono l'ambiente ideale per la produzione e la lavorazione del latte e conferiscono al formaggio le caratteristiche organolettiche, che, specie nel formaggio estivo d'alpeggio, si arricchiscono di aromi particolari.

La produzione di questo formaggio è iniziata verosimilmente alcuni secoli fa, ma solo a partire dal secondo dopoguerra ha conosciuto uno sviluppo importante, quando fu fondata una piccola latteria, trasformata poi in Latteria Sociale Valtorta nel 1954, che lavorava solo per cinque mesi all'anno, da gennaio a maggio. Sul finire degli anni Ottanta, la latteria ha esteso la produzione del Formai de Mut a tutto l'anno. L'etimologia del nome del Formai de Mut dell'Alta Valle Brembana Dop deriva dalla parola dialettale della Val Brembana mut, che significa "pascolo montano". Già agli inizi del Novecento con l'espressione "formaggio di monte" era indicata infatti tutta la produzione casearia dell'Alta Valle, con riferimento sia al formaggio prodotto in alpeggio sia a quello di fondovalle.

L'alimentazione delle vaccine deve essere costituita da foraggi verdi o affienati della zona di produzione. Il periodo di stagionatura ha la durata minima di 45 giorni.

Nel nostro tagliere vorremo adoperare quello stagionato intorno ai sei mesi. Oltre a farlo degustare tal quale, optiamo anche per la sua versione impanata: una grande delizia.

La sequenza di degustazione nel nostro tagliere parte proprio dal Formai del Mut dell'Alta Valle Brembana Dop, per proseguire con il Caciocavallo Silano Dop e giungere quindi al suo goloso compimento con il Bitto Dop. Ed è proprio il Bitto Dop a suggerire il vino in abbinamento: il sontuoso Sforzato di Valtellina Docg. cod 87043

ELLE & VIRE PROFESSIONNEL E ANTONIO GUIDA, INSIEME ALLA RICERCA DELL'ECCELLENZA

Lo storico brand francese, riconosciuto nel mondo per l'altissima qualità dei prodotti professionali, accoglie l'executive chef del ristorante Seta di Milano, che entra a far parte della celebre "Maison de l'Excellence"

Elle & Vire Professionnel® ha le sue radici nel nord della Francia, in Normandia, un territorio d'eccezione, rinomato a livello mondiale per i suoi pascoli ricchi e la qualità del suo latte. Dal 1945 Elle & Vire®, sfrutta il know how dei suoi esperti per sviluppare prodotti lattieri di elevata qualità. L'azienda è oggi presente in oltre 120 Paesi nei 5 continenti ed offre un'ampia gamma di tipologie di panna, burro, formaggi e dessert che, grazie alle loro prestazioni tecniche, incontrano le esigenze dei professionisti più esigenti. L'azienda ha particolarmente a cuore la filiera produttiva che parte dall'agricoltura, dai pascoli, e coinvolge gli allevatori, la trasformazione, arrivando agli chef. Altrettanto forti sono i valori, autenticamente condivisi da tutti coloro che collaborano con l'azienda: gusto, origine, eccellenza e natura.

E sempre questi quattro valori fondamentali sono alla base di ogni prodotto, in particolare dell'iconica Panna Excellence, considerata "la panna delle panne" dai più grandi chef e pastry chef, sia in Francia che nel resto del mondo. E sono proprio alcuni tra i più grandi professionisti a livello globale, provenienti dal

ROYAL DI CARCIOFI, CALAMARI, PISTACCHIO E TARTUFO NERO

INGREDIENTI

Per la royal: 500 g **Panna Excellence Elle & Vire Professionnel®**, 300 g uova intere, 200 g crema carciofi stufati, 14 g sale

Per il brodo: carciofi, carote, sedano, cipolla, anice stellato, pollo

Per la garniture: brunoise calamari, brunoise carciofi cotti, gamberi rossi crudi, tartufo nero tritato, fiori ed erbe mix

PREPARAZIONE

Per la royal: unire tutti gli ingredienti, mettere nel piatto di portata, coprire con pellicola e cuocere in forno a vapore 85°C per circa 3-4 minuti.

Per il brodo: mettere i carciofi tagliati in quattro insieme alle verdure nel brodo, far bollire per circa 2 ore. Una volta cotta la royal, finire con i calamari leggermente scottati, i carciofi a brunoise scaldati nel brodo, i gamberi rossi crudi tagliati e il tartufo nero tritato, ultimare con il brodo caldo e guarnire con erbe e fiori.

settore ristorazione e pasticceria, a diventare Ambassador e ad entrare a far parte della Maison de l'Excellence, lo spazio dedicato a pensiero, formazione e condivisione di esperienze e conoscenza per chiunque voglia avvicinarsi all'universo Elle & Vire Professionnel®.

Il primo chef italiano ad entrare in Maison de l'Excellence è stato **Antonio Guida**, executive chef del ristorante Seta del Mandarin Oriental Hotel di Milano, entrato a rappresentare e condividere i valori del brand per l'Italia. «È per me un grande onore - ha dichiarato - entrare a far parte della famiglia di Chef Ambassador Elle & Vire Professionnel® e condividere la mia esperienza con quella di tanti colleghi e amici, come Gianluca Fusto, che è motivo di grande orgoglio, nel mondo, per la categoria che rappresento. Gusto, ricerca, qualità delle materie prime e la costante volontà di tendere ad un continuo miglioramento, all'eccellenza, sono i principi che guidano la mia cucina da sempre e che cerco di trasmettere ogni giorno alla mia brigata. Sono gli stessi valori che mi legano fortemente a questo brand, che ho conosciuto e apprezzato in Francia, ormai moltissimi anni fa, quando lavoravo con Pierre Gagnaire. Una realtà che apprezzo e che ha sempre garantito l'eccellenza e la sicurezza di prodotti qualitativamente altissimi e tecnicamente costanti, grazie alla continua e quasi maniacale selezione e cura della materia prima, in cui ancora una volta mi riconosco».

È proprio la Panna Excellence ad essere stata scelta da Antonio Guida per la preparazione di uno dei suoi piatti dell'anno: Royal di carciofi, calamari, pistacchio e tartufo nero. È la panna l'ingrediente che arricchisce il piatto di sfumature complesse, eleganti, senza appesantirlo, e in cui lo chef ritrova ogni giorno il valore che sente più vicino a sé: la ricerca dell'eccellenza. cod 87090

Elle & Vire Professionnel®
www.elle-et-vire.com/it/it/pro
Pagina Instagram: **@elleetvirepro_it**

IL BOSCO DEL MOLINO

ESEMPIO VIRTUOSO A BUFALA FEST 2022

Il progetto di Agugiaro & Figna Molini e Cinsa sarà presentato al Giardino delle idee durante la kermesse, in programma dal 9 al 17 luglio a Napoli, come modello per le aziende che investono nella sostenibilità

Il Bosco del Molino fra gli esempi di progetti a tutela della sostenibilità presentati al Bufala Fest: sarà, infatti, il tema protagonista della 6ª edizione della rassegna in programma dal 9 al 17 luglio 2022 sul Lungomare Caracciolo a Napoli. Il convegno sarà ospitato l'11 luglio all'interno del "Giardino delle idee", e presentato da **Rosanna Figna**, direttrice de Il Bosco del Molino, che fin dall'inizio ha sostenuto e creduto nel progetto di forestazione di Agugiaro & Figna Molini, ideato in collaborazione con il Cinsa (Consorzio interuniversitario nazionale scienze ambientali). Il Bosco è il centro nevralgico per la creazione di progetti diretti non soltanto alle scuole, ma anche alle altre aziende, ai professionisti del settore per disegnare un futuro più sostenibile con l'obiettivo anche di coinvolgere e sensibilizzare gli artigiani dell'arte bianca, chef, pizzaioli, pasticceri, panificatori, sulle buone pratiche di sostenibilità da adottare, aumentando la consapevolezza di ciascuno verso il rispetto dell'ambiente, la responsabilità che ognuno ha verso la natura e la qualità del luogo di lavoro.

Il bosco si estende su un terreno di 13 ettari, adiacente alla sede di Collecchio (Pr) dell'azienda molitoria, e dà dimora a 18mila piante fra arbusti, alberi ed essenze officinali, che assorbiranno fino a 220mila kg all'anno di CO_2, compensan-

do così le emissioni totali degli impianti dell'azienda nello svolgimento del processo molitorio dei quattro stabilimenti (Curtarolo, Collecchio, Magione e Rivolta d'Adda).

Un nuovo modo di fare impresa

«Il Bosco del Molino rappresenta - spiega Rosanna Figna - l'esempio di come un'azienda può abbracciare e supportare l'ambiente, attraverso lo sviluppo di un'economia sostenibile rispettosa del territorio, delle persone e delle generazioni future». Al progetto è collegato il tour "Un sacco cambiamento", realizzato da Agugiaro & Figna Molini in collaborazione con Slow Food Italia, con l'obiettivo di favorire la nascita di un collettivo di professionisti, che diventi portavoce di una visione nuova di fare impresa, di promuovere, attraverso le buone pratiche, i concetti di sostenibilità ad ampio raggio, a livello sociale, ambientale, culturale ed economico».

Un concetto, come spiega **Antonio Rea**, ideatore e organizzatore di Bufala Fest, che deve essere perseguito attraverso un percorso lungo e costante. «Il consumatore - spiega Rea - ormai è in costante evoluzione, attento ai cambiamenti sociali, tecnologici, economici e alimentari. Pertanto, in questi anni di allargamento della cultura di condivisione delle responsabilità si è diffusa una forte attenzione ai temi della sostenibilità intesa non soltanto come rispetto dell'ambiente, ma anche come sviluppo di buone pratiche dirette alla tutela dei futuri professionisti del settore, contro gli sprechi alimentari, per lo sviluppo e la crescita in maniera rispettosa della filiera bufalina».

Un'idea di sviluppo sostenibile orientata alle generazioni future

Bufala Fest 2022 proporrà un villaggio coinvolgente con l'obiettivo di promuovere un'idea di sviluppo sostenibile in grado di soddisfare i bisogni del presente senza compromettere le generazioni future. «Per noi è un onore ospitare la presentazione de Il Bosco del Molino - spiega **Vincenzo La Croce**, responsabile e organizzatore degli eventi ospitati nel Giardino delle idee - che rappresenta l'esempio concreto dell'impegno da parte dell'azienda molitoria Agugiaro & Figna per assumere comportamenti virtuosi verso l'ambiente, rispettosi delle future generazioni e dei lavoratori».

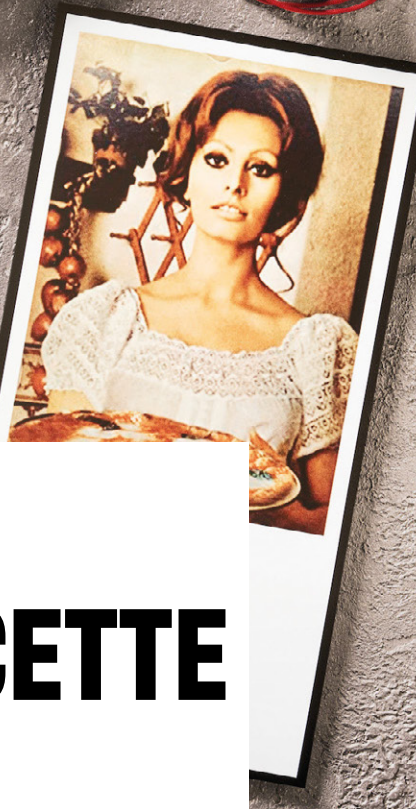
Oltre all'incontro dedicato a Il Bosco del Molino sono previsti altri appuntamenti che toccheranno i vari aspetti legati alla filiera: il bilancio di sostenibilità, l'utilizzo di un packaging ecosostenibile, nuove forme di turismo rispettose dell'ambiente e delle persone, ecc.

Dalla pizza ai dolci, mozzarella protagonista

Ma il vero protagonista della kermesse sarà il gusto con l'autentico sapore dell'eccellenza rappresentato dalla Mozzarella di bufala campana Dop che sarà interpretata e proposta in modi differenti: dal burger alla carne di bufalo, dalle pizze dei grandi maestri campani ai dolci con la ricotta di bufala tutto raccolto e raccontato in un unico "grande villaggio" sul Lungomare di Napoli. «Per noi - afferma **Giuseppe Daddio**, direttore della scuola Dolce & Salato di Maddaloni che si occupa dell'organizzazione e gestione delle aziende coinvolte nell'evento per la loro propensione alla sostenibilità - la nuova edizione di Bufala Fest rappresenta un importante momento per ritornare alla normalità, attraverso una serie di appuntamenti a sostegno della filiera bufalina, capaci di puntare all'evoluzione del settore creando nuove sinergie, mettendo in rete realtà produttive del nostro Paese che con lungimiranza progettano un nuovo futuro sostenibile».

L'evento, sostenuto da Agugiaro & Figna Molini, è organizzato dalla Diciassette Eventi, in collaborazione con il Consorzio di tutela della Mozzarella di bufala campana Dop e il patrocinio di Regione Campania e Comune di Napoli.

cod 87291

Agugiaro & Figna Molini
Strada dei Notari 25/27 - 43044
Collecchio (Pr) - Tel 0521 301701
www.agugiarofigna.com

PIZZE DA OSCAR

MENÙ DEDICA 4 RICETTE A SOPHIA LOREN

La pizza da sempre è protagonista delle nostre tavole, della nostra tradizione gastronomica, della nostra cultura. La pizza piace perché si propone sempre in modo nuovo e, più di ogni altra specialità, è capace di accogliere i nostri gusti rinnovandoli in maniera inedita e speciale. Proprio al piatto più amato al mondo, Menù, storica azienda specializzata nella produzione di eccellenze alimentari per il foodservice, ha dedicato una serie di ricette "da Oscar", omaggiando un'icona del cinema italiano, Sophia Loren, di cui sono celebri le tante interpretazioni dove la pizza è protagonista.

Nascono così "Pane, Amore e Fantasia", pizza ai carciofi grigliati, cacio e pepe e guanciale; "L'Oro di Napoli", pizza pulled turkey e salsa di mango, curry e zenzero; "La Ciociara", pizza seppie, dorati e salsa di agrumi; e ancora "Ieri, Oggi e Domani", pizza polpo, salsa di pistacchi e pomodori Pizzuttello.

Pomodoro e verdure

Preparare queste pizze gourmet, come sempre, è facile e veloce perché basta affidarsi alla qualità e all'ampia offerta di prodotti Menù. A cominciare dalle diverse tipologie di pomodoro - polpa, salsa, secchi e semisecchi - tutti da filiere controllate e lavorati in piena stagione, fino al mondo vegetale, che comprende sia referenze classiche come Carciofi, Funghi e Verdure grigliate, sia proposte più innovative come gli Agretti o la Salicornia.

Prodotti ittici

Di grande valore organolettico e contenuto di servizio sono tutte le specialità di mare, pronte all'uso o da personalizzare, come la Seppia a cubetti, le Mazzancolle o l'insalata di mare Maremix, senza dimenticare ingredienti di prima qualità come i Carpacci di pesce affumicato, il Polpo o le Acciughe del Cantabrico.

Il tocco finale delle salse

Non da ultimo la linea di salse e creme, sempre più utilizzate per farcire e guarnire pizze gourmet. L'innovativa gamma Evolution Fresh si arricchisce con le nuovissime Salsa di Pistacchi e Salsa di Agrumi, prodotti estremamente versatili che si caratterizzano per la freschezza e l'autenticità di gusti e profumi. E per chi vuole osare, basta scegliere "Ècacioepepe", la classica salsa realizzata come da tradizione con Pecorino Romano Dop, a cui si aggiungono Grana Padano Dop, burro e panna 100% italiani e naturalmente il pepe. Pensata come condimento per i primi piatti, sta riscuotendo un grande successo proprio come guarnizione per pizze gourmet. cod 86910

Menù
via Statale 12 102 - 41036 Medolla (Mo)
Tel 0535 49711
www.menu.it

FORMAZIONE SULLA RISTORAZIONE SENZA GLUTINE

SCHÄR FOODSERVICE IN PRIMA LINEA

Con più di 200mila celiaci in Italia e diagnosi in aumento, a cui si sommano patologie correlate, come la sensibilità al glutine non celiaca e l'allergia al grano, l'Horeca oggi deve garantire la migliore esperienza di gusto e sicurezza a questa importante fetta di mercato. Per farlo la formazione di tutto il personale è fondamentale e in questo ambito Schär Foodservice è da sempre il partner ideale. Numerose sono le iniziative lanciate negli anni, che si aggiungono al costante supporto informativo che l'azienda offre.

Dal 2017 al 2019 Schär Foodservice ha promosso Gluten Free Class, il progetto di formazione rivolto alle scuole alberghiere d'Italia. Tramite chef esperti in gluten free, l'azienda ha presentato agli studenti di cucina e di sala una lezione completa di teoria e pratica, mostrando le potenzialità del senza glutine. Con la pandemia e l'impossibilità della formazione in presenza, nel 2021 ha infine creato "Foodschärvice", la piattaforma gratuita di e-learning sulla cucina senza glutine: una risorsa essenziale per i professionisti dell'Horeca, che grazie alla facilità di utilizzo e all'accessibilità continuerà ad essere un riferimento anche in futuro.

"Foodschärvice" è organizzato in moduli personalizzati a seconda del proprio ruolo: basterà registrarsi sulla piattaforma **https://foodschaervice.com/** e sarà possibile accedere ai capitoli didattici contenenti video, scaricare materiali informativi e sottoporsi a quiz per verificare le proprie competenze. Alla fine si riceverà un attestato di partecipazione e si potrà rimanere sempre aggiornati sulle novità di Schär Foodservice e sul mondo della ristorazione senza glutine.

cod 86714

Dr. Schär - Divisione Foodservice
Winkelau 9 - 39014 Postal (Bz)
Tel 0473 293595
www.schaer-foodservice.it

FRITTATÙ

LA FRITTATA COME LA VUOI TU!

Nel 2020 Menz&Gasser ha acquisito lo storico sito ex-Unilever di Sanguinetto (Vr), nel quale per quasi 70 anni sono stati sviluppati e realizzati prodotti salati, disidratati e non. L'acquisizione ha permesso di far convergere i valori di un'azienda innovativa e sostenibile come Menz&Gasser con l'esperienza pluridecennale dello stabilimento. Quest'unione ha portato alla creazione di Synapsis, un marchio nato per il mondo del salato che si caratterizza per innovazione, qualità dei prodotti e sostenibilità.

UNA NOVITÀ ASSOLUTA
FRITTATÙ
Ingredienti pronti di qualità per
FRITTATE GOURMET:
in padella IN 5 MINUTI!
UOVA
ACQUA

Il primo passo per lo sviluppo di Synapsis è stata la formazione di un team di professionisti che elaborasse prodotti in grado di soddisfarli. Frittatù è dunque il primo risultato di questo gruppo di lavoro a presentarsi sul mercato italiano. Frittatù - la frittata come la vuoi tu! - è una miscela di ingredienti di alta qualità, studiata dallo chef stellato Peter Brunel, per realizzare frittate gourmet in modo rapido e senza sporcare. Frittatù è un prodotto innovativo e unico sul mercato per la preparazione di frittate sane, gustose e soprattutto pronte in pochi minuti: è sufficiente sbattere 4 uova, aggiungere mezzo bicchiere d'acqua e il contenuto della busta; lasciare reidratare per 5 minuti; versare in una padella calda con un filo d'olio, cuocere e... gustare!

La gamma prevede 4 ricette salate (melanzane e peperoni rossi; spinaci e zucchine; funghi, curry e semi di chia; formaggio e tartufo) e 2 ricette dolci per merenda e colazione o come dessert a fine pasto (mela e lampone; cacao amaro). Frittatù è confezionato in una pratica busta riciclabile nella carta. cod 87099

Menz&Gasser
via dei Campi 23 - 38050 Novaledo (Tn)
Tel 0461 720600
www.frittatu.it

CON LE SALSE SENNA ESPLODE IN TAVOLA LA VOGLIA D'ESTATE

Le salse Senna, pronte all'uso, senza glutine e senza lattosio, sono perfette per la stagione estiva. Se si è alla ricerca di un tocco di esotico, di un aroma speciale, di una nota piccante o fruttata per arricchire una ricetta e renderla davvero unica, Senna ha sempre la risposta giusta. Una gamma per tutte le esigenze, in grado di soddisfare ogni singola necessità professionale: dai classici come ketchup, maionese e senape, fino alle salse barbecue, burger, cocktail, grill, tartara o curry. Per non parlare dell'inimitabile Senna Sour Cream, la salsa che non ti aspetti, con un delicato sapore di maionese e con l'aggiunta di un mix di panna acida fresca e yogurt, è una salsa molto più leggera, ideale per tramezzini e panini, patate fritte o al forno, così come per i piatti ai frutti di mare. Assolutamente da provare!

Punto fermo nella filosofia dell'azienda è trasmettere la voglia e il piacere di cucinare, attraverso un ventaglio di proposte, attento anche alle nuove esigenze salutistiche. Nella gamma Senna, inoltre, sono presenti alcune salse vegane.

Senna è specializzata nella produzione di salse, condimenti, margarine e specialità gastronomiche. Opera da più di 90 anni a livello globale in oltre 20 Paesi. Da più di 25 anni è presente in Italia nel settore Food service, lavorando a stretto contatto con esperti di primo piano nel campo gastronomico per elaborare soluzioni innovative adatte alla cucina. Inoltre, nella sede centrale di Vienna gestisce l'unico centro di produzione di margarina dell'Austria. Un'esperienza e un know how di grande valore che hanno permesso di ideare un variegato assortimento di specialità gastronomiche sulla base delle esigenze del mondo della gastronomia e della ristorazione. cod 87172

Senna
via Macanno 32 - 47923 Rimini
Tel 0541 394966
www.sennaitalia.it

CIPOLLA ROSSA DI TROPEA
UN'ECCELLENZA DA GUSTARE TUTTO L'ANNO

IL CONSORZIO DI TUTELA DELLA CIPOLLA ROSSA DI TROPEA CALABRIA IGP

Nasce nel 2008 per promuovere e valorizzazione un prodotto di altissima qualità garantito dal marchio Igp, la Cipolla Rossa di Tropea Calabria, che viene ancora lavorata esclusivamente con tecniche manuali. La produzione della Cipolla Rossa di Tropea Calabria Igp rappresenta un'importante risorsa non solo economica ma anche sociale e culturale per lo stretto legame che ha con il territorio.

Sia nella versione fresca che come cipolla da serbo, costituisce un'importante risorsa non solo economica ma anche sociale e culturale per il legame che ha con il territorio. Ingrediente chiave della dieta mediterranea

Dolcissima, croccante e rossa, sono queste le caratteristiche che rendono tanto desiderata e appetibile la "Cipolla Rossa di Tropea Calabria Igp", definita per le sue qualità "Oro Rosso di Calabria". È presente da ottobre sino a luglio inoltrato come cipollotto o cipolla da consumo fresco (in questo caso si presenta con bulbo rosso-bianco e gambo verde) e da maggio sino a settembre come cipolla da serbo nelle versioni treccia o sgambata. Costituisce un'importante risorsa non solo economica ma anche sociale e culturale per lo stretto legame che essa ha con il territorio, la Calabria, una terra ricca di arte, natura, cultura, tradizione, bellezze paesaggistiche,

PERCHÉ SCEGLIERE LA CIPOLLA ROSSA DI TROPEA IGP

Ingrediente chiave della dieta mediterranea, è sinonimo, più di ogni altro prodotto, di alimentazione sana e nutraceutica. Così dolce da poter essere consumata cruda, è ricca di quercetina, il più potente antiossidante appartenente alla famiglia dei flavonoidi. La Cipolla Rossa di Tropea Igp, ne consegue, è un alleato per la prevenzione del cancro, preserva dall'invecchiamento e migliora la performance sportiva.

panorami mozzafiato e borghi antichi.

La produzione delle Cipolla Rossa Tropea Calabria Igp è aumentata del 30% dal 2008 al 2021 raggiungendo i 300mila quintali raccolti su un territorio complessivo di 690 ettari coltivati. Attualmente le aziende che hanno la certificazione Igp sono 123 e nel 2021 il fatturato alla produzione è vicino ai 18 milioni di euro, contribuendo in modo significativo al Pil della Regione. La manodopera impiegata è poco sopra le 5mila unità lungo l'intero indotto.

Nel 2022 l'export ha tenuto una quota del 20% della produzione complessiva. La Germania mantiene la leadership, seguita dalla Francia, dalla Svizzera, dall'Austria e dal Regno Unito; nel contempo, dagli Stati Uniti è in forte crescita la richiesta dei trasformati. cod 87037

Per informazioni:

www.consorziocipollatropeaigp.com

LA TROPEA EXPERIENCE FESTIVAL DELLA CIPOLLA ROSSA IGP

Dal 29 aprile al 1° maggio scorsi si è svolta La Tropea Experience, una manifestazione per conoscere le grandi proprietà della cipolla rossa di Tropea Calabria Igp con la collaborazione di alcuni dei migliori chef del panorama nazionale tra cui Igles Corelli, Max Mariola, Hirohiko Shoda, Francesco Mazzei e Pierre Koffmann, i food blogger Federico Fusca e Francesca Gambacorta, oltre agli chef calabresi Giuseppe Romano, Ercole Villirillo, Enzo Barbieri, Gianfranco Condò e Alessio Sorce, che hanno contribuito a trasformare Tropea in un paradiso enogastronomico. Un appuntamento che ha coniugato cultura, enogastronomia, musica e spettacolo.

FINTA CARBONARA

INGREDIENTI
- Peperoni julienne grigliati Bonduelle
- Peperoni grigliati Bonduelle
- Spaghetti di semola
- Pimenton de la Vera
- Tuorlo d'uovo
- Pecorino grattugiato
- Olio extravergine di oliva
- Pepe

TRE NOVITÀ GRIGLIATE PER TUTTI I TIPI DI RISTORAZIONE

Bonduelle Food Service amplia la gamma "Le Grigliate" con tre gustose novità: Cipolle rosse grigliate, Peperoni julienne grigliati e Zucca grigliata, che si aggiungono a Melanzane, Peperoni, Zucchine, Contorno Andalusia, Tris di Verdure e Pannocchie di Mais. Grigliate al naturale, le verdure sono cotte con una tecnica esclusiva che garantisce risultati eccellenti nel rispetto del colore, del gusto e della consistenza. Il sapore è intenso e i prodotti assicurano un'alta resa e nessun rilascio di acqua. Grazie al protocollo di produzione Service, le novità grigliate possono essere utilizzate anche a freddo, solo scongelandole e senza bisogno di rigenerazione. I nuovi prodotti offrono tutti i vantaggi di praticità e velocità, controllo del food cost e versatilità per creare ricette sempre nuove e diverse.

Per accompagnare il lancio delle tre novità della gamma Le Grigliate, Bonduelle Food Service ha collaborato con lo chef Nicola Michieletto, precursore della cucina salutistica e funzionale in Italia, per fornire strumenti, consigli e ispirazioni culinarie adatte ai diversi canali della ristorazione - dal ristorante gourmet al bar, dal banqueting allo street food - e a diverse clientele, con l'obiettivo di utilizzare al meglio i prodotti, massimizzarne la resa, ottimizzare tempo e risorse, garantendo sempre ricette di qualità eccellente. I contributi dello chef Michieletto, tra ricette esclusive e consigli pratici di utilizzo, sono raccolti nello "Speciale Le Grigliate", scaricabile dal sito di Bonduelle Food Service.

L'ampliamento della gamma Le Grigliate rientra nel nuovo progetto "Greenology, l'arte della cucina a base vegetale", un sistema integrato di prodotti, servizi e strumenti dedicati a chef e operatori della ristorazione per promuovere l'alimentazione vegetale.

Con "Greenology" Bonduelle Food Service ha messo a disposizione della ristorazione la sua esperienza nel mondo vegetale e la sua cultura culinaria per sfruttare appieno le potenzialità di questa cucina. Un'offerta di prodotti vegetali sempre più completa e versatile, tante ricette gustose, sane e sostenibili da inserire in menu, percorsi formativi e consulenza sono alcuni dei servizi disponibili anche su **www.bonduelle-foodservice.it/greenology**. cod 86899

Bonduelle Italia
via Trento 1 - 24060 San Paolo d'Argon (Bg) - Tel 035 4252411
www.bonduelle-foodservice.it

NOCELLARA ETNEA E LECCINO
DUE VARIETÀ PERFETTE PER L'ESTATE

Preferire sempre gli ingredienti freschi rispetto a quelli conservati: è la scelta di Madama Oliva, che apre l'estate con una promo che punta su varietà di olive denocciolate capaci di grande versatilità in cucina.

Le olive fresche, oltre a promuovere l'azione detossificante grazie al loro apprezzabile contenuto di antiossidanti, proteggono il nostro organismo dall'azione nociva dei radicali liberi grazie alla vitamina E. L'apporto nutrizionale delle olive è reso particolarmente prezioso soprattutto dall'alto contenuto di grassi "buoni", ovvero monoinsaturi.

Nocellara Etnea, le olive donate da Apollo alla Sicilia

Secondo il mito, la prima terra italiana a ricevere l'albero sacro fu la Sicilia grazie ad Aristeo, figlio di Apollo, che ne introdusse la coltivazione e insegnò alle popolazioni locali come lavorarne i frutti. La Nocellara Etnea viene coltivata alle pendici del monte Etna ed è un'oliva gustosa, dalla forma ellittica leggermente allungata, dal colore verde tendente al giallo e dalla polpa croccante e consistente. Grazie alle tradizioni tramandate fino a noi, questi inconfondibili e prelibati frutti sono perfetti con formaggi stagionati e speziati, antipasti di salumi, per insaporire piatti di verdure e ortaggi saltati in padella o per accompagnare brindisi con vini strutturati.

Madama Oliva porta in tavola l'estate attraverso due varietà irresistibili: Nocellara Etnea, perfetta con formaggi stagionati e speziati e antipasti di salumi, e Leccino, ottima nelle ricette a base di pasta fredda

Leccino, oliva dolce e aromatica

Le olive Leccino sono fra le olive più coltivate, dato il loro sapore delicato. L'origine si colloca nell'Italia centrale e ve ne è riferimento fin dal Medioevo. Oggi sono diffuse in tutta la Penisola. Il loro gusto morbido e dolce si fonde con un bouquet di aromi tra i quali predomina l'intensità del peperoncino rosso, dal sapore speziato e leggermente aromatico. Le olive Leccino vengono utilizzate specialmente per preparare stuzzichini o antipasti a base di formaggi stagionati e salumi. Sono molto usate per insaporire piatti sia di carne che di pesce. Un ulteriore utilizzo delle olive Leccino è nel tegame insieme a patate, peperoni, melanzane o pomodori. Ottime nelle ricette a base di pasta fredda con tonno e pomodorini. cod 87080

Madama Oliva
Z.I. Località Recocce - 67061 Carsoli (Aq) - Tel 0863 995498
www.madamaoliva.it

TRUFFLE PILLS
5 CURIOSITÀ SUL TARTUFO

di ***Rita Roselli***

Si sa che l'Italia è spesso scelta dal turista come meta vacanziera anche per la sua ottima cucina; negli ultimi anni, una delle tendenze turistiche che si sta diffondendo è proprio quella del tour enogastronomico. Una delle specialità più amate nella nostra cucina è il tartufo. I veri intenditori di questo frutto della terra forse già ne conoscono tutti i particolari, ma per i nuovi appassionati e per i più curiosi ecco 5 curiosità.

1. Il tartufo è prevalentemente fatto d'acqua, nasce e prospera accanto alle radici di noccioli, carpini, tigli o pioppi.

2. I tartufi sono funghi sotterranei che crescono in simbiosi con le radici di alcune specie di alberi. La loro coltivazione richiede impegno e pazienza nonché il terreno adatto: essi prediligono terreni molto calcarei, ben areati e privi di ristagni idrici.

3. Quando acquistiamo un tartufo nero estivo non dimentichiamo di osservarlo all'interno: se si presenta di colore bianco significa che non è maturo, il giusto colore deve presentarsi più scuro.

4. Si hanno testimonianze che fanno ipotizzare che il tartufo fosse già conosciuto all'epoca degli antichi Egizi. Sembra infatti che il faraone Cheope facesse preparare piatti a base di questo alimento per gli ambasciatori stranieri in visita.

5. Nel momento in cui si decide di cercare il tartufo è bene rispettare alcune regole: scavare solo nel punto indicato dal cane, cercando di rovinare il meno possibile le radici degli alberi circostanti, e ricoprire la buca con la terra. Così si salvaguarda l'ambiente e si favorisce la ricrescita del tartufo. cod 86841

FRANCESCO SCACCHI, L'IDEATORE DEL METODO CLASSICO

Francesco Scacchi nacque a Preci, vicino Norcia, e nel 1622, circa 70 anni prima di Dom Perignon, scrisse e pubblicò un libro dal titolo "De salubri potu dissertatio", dove spiegò le maniere del bere e il modo di fare vino spumante. Scrisse questo libro a Fabriano, dove fu mandato a sovrintendere il Monte di Pietà. Di questo il libro, ci confessa **Angelo Valentini** (*nella foto*), ne esistono oggi solo 8 esemplari al mondo e una la possiede proprio lui: ne è venuto in possesso circa vent'anni fa. cod 87157

È USCITO IL NUMERO PRIMAVERILE DELLA RIVISTA UFFICIALE DEL TARTUFO ITALIANO NEL MONDO

di ***Giuseppe Cristini***

Grande impatto e grande attesa per tutti gli appassionati del tartufo che vogliono una rivista che si nutre di rara bellezza e autorevolezza. Una rivista sempre aperta alle nuove tendenze e alle aspettative di un mondo nobile, con accenti marcati verso le novità e verso il racconto del tartufo italiano ed internazionale. Grandi nomi e prestigiose firme compongono la squadra di redattori. Una squadra di altissima classe e voglio ricordare i grandi nomi: da Mario Palenzona a Gerardo Chevalier, il più grande esperto di tartufo vivente e numero uno al mondo, poi Angelo Valentini, anche lui il numero uno nel mondo della storia del vino, fino a Monsignor Davide Tonti, storico del tartufo. Una squadra formidabile anche di uomini della narrazione della cucina come lo chef Max Bomprezzi, sicuramente una grande rivista per una informazione, intelligente, nobile e libera, con la libertà di narrare al mondo qualcosa che ti viene dal cuore e che solo chi a certe competenze può percepire.

Accademia del Tartufo nel Mondo

In copertina la pagina di Dubai dove abbiamo lasciato un segno indelebile a favore della grande ristorazione italiana negli Emirati che ha ben percepito i valori accademici, culturali, gastronomici e ambientali. cod 86556

LE RADICI DEL CIBO

DOLCE E AROMATICA LA PAPRIKA È REGINA DELLA CUCINA ETNICA

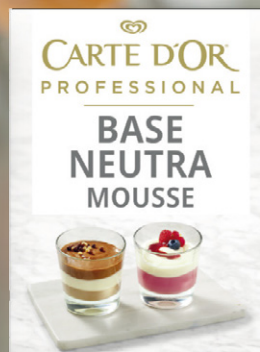
di ***Piera Genta***

La paprika è una spezia che si presenta sotto forma di polvere e si ottiene dalla macinazione dei frutti essicati del Capsicum annuum L., il comune peperoncino. Per la sua produzione generalmente si utilizzano diverse specie, spesso miscelate insieme, che si distinguono per forma, colore e caratteristiche organolettiche. La paprika non è peperoncino in polvere e i due termini non sono sinonimi, indicano due spezie differenti. In particolare, ciò che distingue la paprika dalla polvere di peperoncino è la mondatura, una fase del processo di lavorazione che consiste nel privare il peperoncino dei semi e della membrana bianca interna alla quale sono attaccati i semi. Dopo la mondatura, il peperoncino viene essiccato e macinato. La mondatura fa sì quindi che la paprika sia più dolce e meno piccante del peperoncino in polvere, ottenuto invece macinando il frutto integro, compresi semi e membrana.

La paprika deve il suo colore rosso intenso ai carotenoidi, tra cui il licopene, e ai polifenoli, sostanze che, oltre a determinarne le caratteristiche cromatiche, sono potenti antiossidanti naturali che proteggono l'organismo dall'azione dei radicali liberi e dall'invecchiamento. Queste sostanze sono presenti nel frutto del peperoncino quando raggiunge il massimo grado di maturazione, perciò è importante che la raccolta avvenga nel momento giusto, ossia a fine estate, tra agosto e settembre. In linea generale, si può dire che la paprika ha proprietà toniche, stimola l'apparato digerente e facilita la digestione, rinforza il sistema circolatorio ed è antisettica. Le vitamine che contiene sono: vitamina E, vitamine del gruppo B, vitamina C, vitamina K e betacarotene. Calcio, ferro, fosforo, magnesio, manganese, potassio, selenio sono i minerali in essa contenuti.

Ha un gusto delicato, leggermente amaro, aromatico. È un ingrediente fondamentale della cucina etnica, in particolare dell'Ungheria - non può mancare nel gulasch, nel pörkölt (carne di manzo, cipolla e cumino) o nel più elaborato rakot kaposta (con carne di maiale, pancetta, salsiccia, cavolo, riso e cipolla) -, di quella indiana e anche di quella portoghese e spagnola, dove si ritrova nelle patatas bravas e nella fideuà. Si abbina bene a piatti a base di carne, ma spesso è utilizzata anche sul pesce e sui formaggi, per insaporire zuppe e per dare un aroma speziato alle verdure. Si aggiunge, secondo i propri gusti, in piccole quantità ai cibi solo quando la cottura è quasi al termine, per evitare che l'esposizione prolungata di questa spezia alle alte temperature possa alterare le sue caratteristiche organolettiche, dando un sapore amaro e una colorazione eccessivamente scura ai cibi. Si acquista già pronta in vasetti, va conservata in recipienti chiusi al riparo della luce, consumata in un tempo molto breve, in quanto tende a scurirsi presto e ad acquistare un sapore sgradevole.

In Ungheria, il momento del raccolto dei peperoncini usati per la paprika, chiamata "oro rosso" dai locali, viene vissuto come un rito gioioso. Cresce in tutto il Paese, ma Szeged e Kalocsa (dove c'è un museo dedicato) sono i principali distretti con importanti piantagioni. Il raccolto di paprika inizia dopo l'8 settembre, e può durare fino ad ottobre.

cod 87285

PRUGNE DELLA CALIFORNIA PROTAGONISTE A RIMINIWELLNESS

Il California Prune Board (CPB), consorzio che rappresenta coltivatori e confezionatori di prugne provenienti dalla California, prosegue con il proprio impegno promozionale in Italia portando a RiminiWellness 2022 il gusto e i benefici delle Prugne della California, un prezioso alleato per tutti gli sportivi con qualità nutrizionali distintive e un sapore unico.

Il 3 e 4 giugno scorsi, presso il quartiere fieristico di Rimini, gli appassionati di sport e nutrizione sana hanno potuto seguire tre sessioni di workout di "functional training" ideati dal California Prune Board in collaborazione con la fitness influencer Valeria Airoldi (**@valeriaairoldi**) e la personal trainer Valentina Barbieri (**@_valentinabarbieri_**), scoprendo i segreti e i benefici nutrizionali delle Prugne della California. I workout sono stati seguiti da attività di sampling delle Prugne della California: i visitatori di RiminiWellness hanno avuto così l'occasione di assaggiarne il gusto distintivo e apprendere le loro caratteristiche nutrizionali uniche per il pre e post allenamento.

«Il CPB è stato felice di tornare quest'anno a promuovere le Prugne della California nel contesto di RiminiWellness», afferma **Esther Ritson-Elliott**, Director of International Marketing and Communications del California Prune Board. «L'evento riminese dedicato a sport e nutrizione è stato l'occasione per far conoscere a tutti gli appassionati di sport e nutrizione il potenziale delle Prugne della California. Sono, infatti, una risorsa preziosa per gli sportivi: unica frutta secca, naturale e intera ad aver ottenuto un'indicazione nutrizionale autorizzata dalla Commissione Europea, le Prugne della California hanno un indice glicemico controllato grazie alla presenza di fibre e alla composizione dei loro glucidi e forniscono un'energia facilmente disponibile e di graduale assimilazione, ideale per workout ed esercizi che prevedono uno sforzo prolungato. Prive di grassi e dal buon effetto saziante, contengono inoltre vitamina K e manganese, che possono aiutare a mantenere le ossa sane, oltre a molti altri benefici per la salute».

La partnership del CPB con RiminiWellness ha previsto la promozione del programma di workout sul palco sponsorizzato active Prugne della California mediante newsletter e post dedicati sugli account social di RiminiWellness e delle Prugne della California (Facebook **@prugnedellacalifornia** e Instagram **@Pru-gnedellaCalifornia**), con post FB e stories IG. cod 87079

Per info: **www.californiaprunes.net/it**

NUTRIFREE

CORNETTI E BRIOCHE, ASSORTIMENTO COMPLETO PER IL FUORI CASA

La nuova linea di Cornetti senza glutine e lattosio offre diverse varianti, dalla classica a quella ripiena all'albicocca, al cioccolato o ai frutti di bosco. Ampia scelta per le brioche, in 5 diversi gusti e farciture

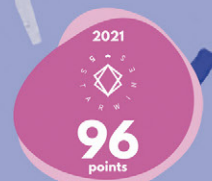
Assortimento, qualità, innovazione, servizio. Sono questi i fattori che caratterizzano l'offerta gluten e lactose free di Nutrifree Food Service. La selezione per il canale Horeca è stata studiata per offrire la massima varietà e la totale copertura dei diversi momenti di consumo fuori casa: dalla colazione al pranzo, dall'aperitivo alla cena. La formula Nutrifree Food Service consente un servizio pratico e sicuro, senza rischi di contaminazione, né sprechi, grazie ai formati monoporzione "apri & gusta": dal pane, agli snack dolci o salati, dai cereali ai biscotti.

Recentemente l'azienda ha completato la propria proposta per la prima colazione con il lancio della nuova linea Cornetti senza glutine e lattosio. Morbidi e fragranti, i Cornetti Nutrifree sono disponibili nella variante classica e ripieni di golosa farcitura all'albicocca, al cioccolato o ai frutti di bosco.

Oltre alla linea Cornetti, Nutrifre offre un assortimento completo e variato di brioche, disponibili in 5 diversi gusti e farciture: cacao, albicocca, con gocce di cioccolato e le ultime nate, le brioche con farina integrale, per andare incontro alle esigenze di consumatori sempre più attenti al tema della salubrità del prodotto. Le varianti integrali, infatti, sono ricche di fibre, particolarmente utili per le persone affette da celiachia in quanto la fibra riduce il carico glicemico e di conseguenza i rischi connessi all'insorgenza di diabete e problemi cardiovascolari.

Per tutti i prodotti Nutrifree Food Service, infine, sono disponibili svariate soluzioni espositive dedicate per migliorare la veicolazione del prodotto. Risulta infatti fondamentale differenziare l'offerta free from utilizzando strumenti di comunicazione studiati ad hoc per guidare il consumatore nella scelta del prodotto più indicato in base alle proprie esigenze. Per quanto riguarda i Cornetti, ad esempio, è stato creato, per il mondo dell'hotellerie, un pratico espositore dal grande appeal, un kit che si compone di 15 cornetti disponibili in 3 gusti: classico, albicocca e cioccolato.

cod 86882

Nt Food
via della Galeotta, loc. Tei 6/C - 55011
Altopascio (Lu) - Tel 0583 216383
www.foodservice.nutrifree.it

BASI NEUTRE CARTE D'OR PROFESSIONAL

RISULTATI ECCELLENTI, RISPARMIANDO TEMPO E COSTI

Unilever Food Solutions presenta le nuove Basi Neutre Carte D'Or Professional: Mousse, Sorbetto, Croccante, Mille Torte e Gelatina. Una gamma completa di 5 prodotti, veloci e semplici da utilizzare, per soddisfare tutte le esigenze di pasticceria, con risultati eccellenti garantiti, in linea con le evoluzioni del gusto e con attenzione al risparmio di tempi e costi.

I prodotti Carte D'Or Professional sono semilavorati dal colore e gusto neutri e per questo sono estremamente versatili, personalizzabili e combinabili tra loro per dare vita a dessert originali, gustosi e sempre diversi. Grazie alla loro versatilità e facilità di applicazione e conservazione, permettono di ridurre gli sprechi e le scorte di magazzino e di ottimizzare il food cost del menu.

La gamma Carte D'Or Professional permette al ristoratore di rinnovare la carta dei dolci con un'offerta di dessert di alto livello e in linea con i nuovi trend, anche in assenza di personale dedicato alla pasticceria, e di coinvolgere così il cliente in un'esperienza di gusto originale e memorabile. Per ispirare gli chef nella creazione di dessert con le nuove Basi Neutre, Unilever Food Solutions ha sviluppato il Ricettario Carte D'Or scaricabile sul sito www.unileverfoodsolutions.it nella sezione Dessert: tantissime ricette e spunti creativi, accompagnati da suggerimenti per l'impiattamento e indicazioni sul food cost. Ideali per la stagione estiva le basi Mousse e Sorbetto. cod 86989

BASE NEUTRA SORBETTO

- Base senza glutine ideale per creare una infinità di gusti diversi di sorbetto in base alla stagionalità e ai trend del momento
- Di semplice e immediata preparazione a freddo all'interno di frozen machine, sorbettiera, pacojet e mantecatore
- Stabile agli sbalzi di temperatura, da pronto può essere conservato in congelatore
- Nessuno spreco di prodotto e basso food cost con alti margini garantiti

BASE NEUTRA MOUSSE

- Gusto autentico e personalizzabile, senza glutine
- Di semplice e immediata preparazione a freddo e stabile agli sbalzi di temperatura
- Prodotto pastorizzato adatto anche alla delivery
- Permette di contenere e standardizzare i tempi e i costi di lavorazione

Unilever Food Solutions Italia
via Paolo di Dono 3/A - 00142 Roma
Tel 800 480000
www.unileverfoodsolutions.it

MAESTROD’OLIO
DEGUSTAZIONI ESTIVE:
OPPORTUNITÀ PER SCOPRIRE I GRANDI OLI ITALIANI

di ***Fausto Borella***

La pandemia sembra ormai un brutto ricordo lontano; ovviamente faccio tutti gli scongiuri del caso, ma leggere di stadi pieni con 70mila persone, il concerto dell’intramontabile Vasco a Trento con 120mila persone e tutte le manifestazioni di ogni genere, dall’arte alla cucina, dal vino allo sport, sono tornate protagoniste facendo ben sperare per una grande ripartenza. Con questi presupposti, con la mia Accademia Maestrod’olio, abbiamo capito che dobbiamo creare due tipologie di volontà nel consumatore italiano e straniero: presentargli sotto un unico evento la possibilità di degustare centinaia di tipologie di oli extravergine di eccellenza, di grandi vini e prodotti della terra creati dagli artigiani del gusto. Ma non solo; se, come è successo nel vino trent’anni fa, iniziamo a creare una carta degli oli nei ristoranti, che amano “coccolare” i clienti, così da scoprire, i sapori e i migliori abbinamenti, allora la divulgazione dell’olio

di eccellenza sarà molto più rapida ed estesa.

La carta dell'olio piace sempre di più

Parlo per esperienza diretta, perché la carta dell'olio portata a Cortina lo scorso inverno, ha riscosso un grande successo. Perché il consumatore ha bisogno di sentirsi coccolato, mentre scopre i profumi di alcuni assaggi di extravergini, provenienti dall'Abruzzo o dalla Toscana. Scopre i profumi di pomodoro della Nocellara siciliana, tossisce piacevolmente nello scoprire la forza amara della Coratina. Solo dopo questa seducente lezione di pochi minuti, da parte degli allievi Maestrod'olio, allora l'ospite è pronto per l'acquisto. Ma non solo, l'idea ormai portata avanti da 7 anni di andare nelle scuole di ogni genere e grado, ha fatto sì che i bambini delle elementari scoprissero un nuovo mondo, i ragazzi delle medie, cominciassero a chiedere ai propri genitori, un acquisto più consapevole, per arrivare a convincere i ragazzi dei licei a un acquisto più responsabile; dall'olio ai cibi più sani.

A Pietrasanta (Lu), dal 10 al 12 giugno, un appuntamento imperdibile per tutti coloro che vogliono avvicinarsi al mondo dell'olio tra assaggi, lezioni e acquisti mirati

Un evento ad hoc per il salto di qualità

È con queste premesse, che ho presento con grande piacere l'evento che ha dato il via ufficialmente all'estate del buon olio, del bere bene e degli artigiani del gusto. A Pietrasanta (Lu), in Versilia, in Toscana, dal 10 al 12 giugno scorsi, 60 aziende provenienti da 17 regioni italiane, hanno presentato a tutti gli ospiti presenti in piazza Duomo oltre 100 etichette di olio e 50 di vino. Tra un assaggio e l'altro si è potuto degustare le focacce e i pani con le varie cultivar di olio italiane, il vero pesto alla genovese, i formaggi di due caseifici italiani, il gelato all'olio e le norcinerie più gustose. Un appuntamento di grande valore, che ha dato la possibilità davvero unica di ascoltare e confrontarsi con i produttori che dal Veneto alla Sicilia, passando per Puglia, Calabria e Liguria, hanno deciso di arrivare a Pietrasanta per far conoscere le loro ragioni di vita: i prodotti della terra, trasformati ad arte e presentati per tutti voi. Un evento da ripetere! cod 87238

Estate
e bollicine
ECCO QUALI VINI
STAPPARE IN COMPAGNIA

Viaggio tra le etichette più interessanti del momento. Vini freschi e leggeri, ideali per accompagnare i momenti di convivialità che animeranno tutta la bella stagione. Tanti anche gli eventi a tema in tutta Italia

di ***Piera Genta***

Tecnicamente non esiste una stagione per il vino, ma con l'estate andiamo alla ricerca della freschezza. La nostra alimentazione si modifica, arrivano sulla nostra tavola cibi leggeri, verdure, piatti a base di pesce, carne bianca e formaggi morbidi, i condimenti diventano meno impegnativi, la cottura dei cibi più semplice e siamo meno inclini a scegliere vini corposi. Si moltiplicano le occasioni per stare fuori casa, gli spumanti invitano alla convivialità, sono perfetti da essere serviti freddi (occorre fare attenzione alla temperatura di servizio) ed invogliano a vivere la magia dell'estate. Pareo, costume e infradito: siete pronti per delle interessanti proposte?

• Cominciamo da un vino fragrante e lievemente fruttato: **Cuvée Brut Nature della linea Attraggo**, metodo Charmat, ideale per uno spensierato pic-nic.

• **Orme Alta Langa Docg Pas Dosé Pianbello** è un Pinot Nero 100% con affinamento per 30 mesi, giallo paglierino con perlage fine e persistente. Profumo delicato di fiori bianchi, frutta esotica e frutta a polpa bianca. Gusto elegante, secco, di ottima freschezza e buona persistenza. Si adatta in qualsiasi occasione come aperitivo.

• **1474 Azienda Agricola Le Masche** Pinot Nero 100% nel cuore dell'alto Canavese: tre anni sui lieviti, atipico per la zona. Un legame forte con il territorio: il nome fa riferimento ad un fatto storico realmente accaduto: quattro donne accusate di stregoneria furono mandate al rogo. Leggero, ma in questa leggerezza sta la sua forza.

• **Najma Rosé dell'azienda Elisabetta Cichellero**, 100% Refosco dal Peduncolo Rosso. Metodo Charmat con richiami floreali di ciclamino e violetta e netti profumi di lampone, fragola, ribes rosso. Sfumature dolci di cipria e caramella alla frutta sono accompagnate da sferzanti note citrine.

• **Rosé Mary of Modena Il Farneto**, metodo Classico di Spergola, Chardonnay e Termarina, maturato per 24 mesi in bottiglia. Aromi di frutti di bosco, fragola, pesche, un assaggio piacevole con una trama vivace, stravagante e dinamica.

• **Ubaldo Rosi Brut Metodo Classico Riserva Verdicchio Doc**, metodo Classico da sole uve Verdicchio che matura sui lieviti per 60 mesi. Intenso, fresco e penetrante, di particolare finezza, grande complessità e pieno equilibrio. Lunga persistenza gusto-olfattiva.

• **Trentodoc Oro Rosso Pas Dosé Riserva 2017 Cembra Cantina di Montagna**, la cantina più alta del Trentino (700 m slm). Nasce da uve Chardonnay coltivate in terreni di natura porfirica, una roccia che conferisce sapidità, mineralità e persistenza straordinaria. Il nome deriva dall'espressione utilizzata in Valle di Cembra per riferirsi al porfido di origine vulcanica presente nei versanti della valle.

• **Bacio della Luna metodo Classico della Cantina di Vidor** (Tv), di proprietà del gruppo Schenk Italian Wineries dal 2009, 100% Chardonnay della Valle d'Adige, affinamento sui lieviti di 12 mesi nelle celle poste sotto il livello del suolo della Cantina di Ora. Fresco dalle intense note floreali.

• **Rosé 20/26 Vigneti delle Dolomiti Igt Elena Walch**, blend composto da Pinot ➜

METODO ANCESTRALE

INCALMO

È un vino frizzante ottenuto da uve Glera, secondo il metodo storico di rifermentazione in bottiglia. Il naturale deposito di un sottile residuo nella parte bassa della bottiglia, ne conferisce la tipica velatura di color giallo paglierino ed inoltre è responsabile di profumi fragranti di crosta di pane, burro o frutta secca e di un sorso croccante, fresco e asciutto, senza la presenza di zuccheri. Il perlage è molto spesso sottile e vivace, delicato. Un vino di facile beva ma non per questo banale.

Le Colture Azienda Agricola
Via Follo 31049 - S. Stefano
di Valdobbiadene (Tv) - Tel 0423 900192
www.lecolture.com

Noir, Merlot e Lagrein dai quali derivano, rispettivamente, l'eleganza (Pinot Noir), la morbidezza (Merlot) e la potenza (Lagrein). Le uve dei tre vitigni vengono pressati e vinificati insieme come previsto dalla tecnica Saignée per il quale il mosto rimane brevemente a contatto con le bucce fino a raggiungere un delicato colore rosé. Si presenta in una bottiglia trasparente che valorizza il tenue colore rosa. elegante, delicato e fine al palato. Fruttato con sentori di lampone e fragola insieme ad un accenno di agrumi.

Tanti eventi in tutta la Penisola

La stagione estiva è l'ideale per organizzare eventi e manifestazioni in tutta Italia, che diventano occasioni per assaggiare vini di qualità. Protagoniste naturalmente le bollicine. Ecco una selezione degli appuntamenti più interessanti.

Franciacorta Experience: tra giugno e luglio Gambero Rosso organizza a Roma, Torino, Napoli e Lecce una Masterclass e una cena gourmet per ogni tappa. Primi appuntamenti a Roma e a Torino.

Festival Nazionale Spumantitalia: dal 10 al 13 giugno a Garda (Vr) il magazine Bubble's Italia organizza la 4ª edizione del Festival Nazionale Spumantitalia.

Notte delle Bolle: a Torino 7 luglio lungo la centralissima via Carlo Alberto la 3ª edizione della Notte delle Bolle dedicata alle bollicine piemontesi.

Bollicine di Strada: il track itinerante dedicato esclusivamente agli spumanti e firmato dall'azienda Follador Prosecco dal 1769 di Col San Martino (Tv) è di nuovo in tour nei maggiori Festival del Cibo di Strada italiani. I prossimi appuntamenti: dal 2 al 5 giugno a Correggio (Re) per la Festa Pa-

tronale di San Quirino; Quality Street Food dal 10 al 12 giugno a Belgioioso (Pv); dal 16 al 19 giugno Darsena Pop di Palazzolo sull'Oglio (Bs); dall'8 al 10 luglio ad Angera (Va) dove le Frecce Tricolori daranno spettacolo; Eatinero a Brivio (Lc) dal 15 al 17 luglio e Aosta Eventi (22-24 luglio a Morgex; dal 29 al 31 luglio a Gressoney; dal 5 al 7 agosto a Gaby e dal 12 al 14 agosto a Pila).

Alcune chicche e curiosità

• **"Evento" Lessini Durello Riserva Dry edizione limitata Gianni Tessari Roncà**: il nome stesso, Evento, esprime le diverse declinazioni di unicità del vino, nato per essere condiviso in un'occasione memorabile. Di colore giallo brillante e dal fine perlage, al naso il vino presenta un aroma complesso di frutta secca, acacia e miele. Al palato rivela sentori di pane tostato e lievito insieme a importanti note minerali di pietra focaia esaltate dall'inusuale dosaggio, sorprendenti per lunghezza e persistenza. L'etichetta del nuovo Durello gioca sulle cromie di bianco, nero e oro, quest'ultimo a sottolineare l'importanza dell'occasione per la quale Evento è stato ideato.

• **Maison De Venoge**: per celebrare i 300 anni dell'incoronazione di Louis XV a Re di Francia la Maison De Venoge ha realizzato due edizioni speciali della cuvée de prestige intitolata al sovrano, la prima, 1995, con bottiglia speciale dorée, e la seconda, 1996, caratterizzata da un macaron in metallo posto sopra l'etichetta con l'effige del sovrano. Nel mese di giugno saranno organizzati tre pranzi presso altrettanti ristoranti tristellati (Da Vittorio a Brusaporto, Enoteca Pinchiorri a Firenze e Uliassi a Senigallia) a tema Louis XV, con una degustazione di tutte le annate dello champagne intitolato al sovrano, partendo proprio dalla 1995. Il Louis XV, ➔

FRANCIACORTA DOCG

CUVÉE PRESTIGE ROSÉ EDIZIONE 44

Pinot Nero proveniente esclusivamente da vini vendemmia 2019. Chardonnay proveniente per il 10% da vini riserva vendemmia 2018 e il restante 10% da vini vedemmia 2019. Le uve Chardonnay vengono vinificate in modo tradizionale, con pressatura dei grappoli interi. Le migliori frazioni di mosto fermentano in tini, separatamente. Dopo 7 mesi di affinamento si
procede al "rito magico" della creazione della cuvée. Il Franciacorta ideale per le occasioni più importanti. Soprattutto le più romantiche.

Ca' del Bosco
via Albano Zanella 13 - 25030 Erbusco (Bs) - Tel 030 7766111
www.cadelbosco.com

VALDOBBIADENE PROSECCO SUPERIORE DOCG

GIUSTINO B. EXTRA DRY MILLESIMATO

Colore giallo paglierino con una spuma fine e persistente. In bocca è ampio e fruttato, ricorda la mela gialla, la pesca, i fiori d'acacia, un bouquet incorniciato da delicate e fresche sfumature di pompelmo rosa. Ha equilibrio e delicatezza uniti a note aromatiche di grande finezza. In bocca è armonico ed elegante, di buona pienezza e persistenza. Ideale in tutte le occasioni di aperitivo e brindisi, accompagnato a stuzzichini o pasticcini salati. Si abbina perfettamente a piatti leggeri e delicati, in particolare alle specialità di pesce.

Ruggeri & C.
via Prà Fontana 4 - 31049 Valdobbiadene (Tv) - Tel 0423 9092
www.ruggeri.it

ALTO ADIGE DOC

METODO CLASSICO PAS DOSÉ

Si presenta con colore giallo paglierino dai riflessi dorati, perlage molto fine, intenso e persistente. I profumi si distendono in variegata successione partendo dalle note di agrumi e frutta a polpa bianca per passare alle variazioni di erbe aromatiche e sentori di felce, resina e speziati (ginger, cardamomo). Al palato si impone per freschezza e dinamicità, con una progressione gustativa guidata dalla sapidità che accompagna l'intero sorso sostenuta da una carbonica finissima e avvolgente. Chiusura di allettante purezza aromatica, con sfumature speziate e di frutta secca.

Kettmeir
via Cantine 4 - 39052 Caldaro (Bz)
Tel 0471 963135
www.kettmeir.com

VALDOBBIADENE PROSECCO SUPERIORE DOCG

CARTIZZE

Dai vigneti nel cuore della piccola e celeberrima collina denominata "Cartizze". Profumo intenso e delicato di fiori e frutta matura.
Gusto amabile, setoso, armonico e gradevolmente aromatico. Ideale con i dessert e davvero splendido in tutte le occasioni importanti. Un piacere elegante e raffinato.
Giallo paglierino scarico brillante, con perlage vivace e persistente.
Al naso leggermente aromatico con sentori di fiori e frutta matura.
Al palato amabile, armonico, setoso e gradevolmente aromatico.

Marsuret
via Barch 17 - 31049 Valdobbiadene (Tv)
Tel 0423 900139
www.marsuret.it

assemblaggio di Pinot Noir e Chardonnay in parti uguali, provenienti da villaggi Grand Cru, solitamente rimane 8-10 anni sui lieviti, ma le due versioni celebrative vantano una permanenza in cantina di oltre 20 anni, visto che si tratta di dégorgement fatti appositamente per l'occasione. De Venoge è stata fondata nel 1837 ed è stata la prima maison a proporre etichette illustrate e champagne a minore pressione (crémant, oggi demi-mousse). Dal 1998 fa parte del Groupe BCC e le sue tre linee di champagne si rivolgono in maniera particolare alla gastronomia.

• **Sa Kèn e Sa Kèn Ice**: si tratta di un sakè rifermentato in bottiglia con il metodo classico. Giallo paglierino tendente al dorato, perlage fine e continuo, una bella sapidità, note di funghi freschi e mandorle con freschezza che rimane nel finale con piacevole pulizia in bocca. Servito a 8-10°C, è adatto ad accompagnare svariati abbinamenti della cucina giapponese: sushi, sashimi, miso ma anche tempura e preparazioni condite con salsa di soia. La versione "Ice" è sake arricchito con Pinot nero e Chardonnay, spumantizzato mediante metodo classico. Giallo dorato con riflessi brillanti, perlage fine e continuo, fresco, sapido e armonico con le essenze del sake e del vino che si alternano reciprocamente. Servito a 6-8°C, preferibilmente con ghiaccio, si presta ad aperitivi a base di sushi, ostriche, caviale, olive nere, foie gras. Gli ideogrammi "Sa" e "Kèn" esprimono in giapponese "differenza" e "unione" andando così ad evocare il concetto di diversità tra l'Italia e il Giappone nonché il punto di incontro tra le rispettive culture e prodotti di tradizione. La cantina Sa Kèn, fondata da tre giovani amici, si trova nel centro storico di Sulzano (Bs).
cod 87229

Fai la differenza nella tua cucina con Knorr

Knorr PROFESSIONAL SINCE 1838

LA BASE AUTENTICA DI KNORR

Gusto naturale e raffinato, senza glutammato

Brodo Manzo

Brodo di Verdure

Brodo di Pesce

LA TRADIZIONE MIGLIORATA, PER TUTTI

Sapore intenso, facili e veloci da usare

Brodo Elite

Brodo dell'Orto

Brodo Record

Brodo delle Feste

Mise en Place allo Zafferano

Brodo ai Funghi Porcini

Brodo di Pesce

Brodo ai Frutti di Mare

PER CUCINE DAI GRANDI VOLUMI

Piatti numerosi, veloci e a basso costo

Brodo Sapore

Brodo Chiaro

Brodo Vegetale

Brodo 60 cubetti

Scopri di più su **ufs.com**

PROSECCO SUPERIORE DOCG SANTA MARGHERITA: UNA STORIA STRAORDINARIA LUNGA 70 ANNI

Nel lungo cammino del vino italiano c'è una realtà che ha saputo sempre leggere con grande anticipo i cambiamenti epocali e guardare con coraggio al futuro, anticipando le evoluzioni del gusto in Italia e nel mondo. L'ha fatto nel 1935 quando venne fondata dal conte Gaetano Marzotto in una zona all'epoca considerata svantaggiata. L'ha fatto nel 1961 debuttando con il vino-novità "Pinot grigio" e dando avvio a una vera e propria rivoluzione del gusto e del piacere enologico. L'ha fatto anche settant'anni fa, nel 1952 - dieci anni prima dell'avvio del Consorzio di tutela e 17 anni in anticipo sul primo Disciplinare della denominazione Prosecco - intuendo il potenziale della spumantizzazione della Glera e del suo territorio d'elezione, le colline di Conegliano-Valdobbiadene, avviando la propria produzione di Prosecco Superiore ed entrando nel ristretto gruppo di cantine pioniere che hanno contribuito al grande successo di questo formidabile ambasciatore dell'"Italian way of life".

Acquisizione di vigneti e attenzione alla qualità

Nel 2011, momento di esplosione del fenomeno Prosecco, Santa Margherita intuisce che si impone la necessità di focalizzarsi ancora di più sul prodotto e di valorizzare le tante anime di questo vino che corre il rischio, altrimenti, di venire banalizzato. L'azienda di Fossalta di Portogruaro (Ve) consolida quindi la propria presenza nella Docg con l'acquisizione di vigneti a Refrontolo e a San Pietro di Feletto, nella fascia pedemontana tra Conegliano e Valdobbiadene, e avvia la Tenuta di Refrontolo, situata in una delle 43 "Rive", le esclusive sotto-denominazioni che racchiudono il meglio della specificità del Prosecco Superiore.

Gli sviluppi di queste prime sette decadi non hanno riguardato solo l'acquisizione di nuovi terreni, ma anche e soprattutto i processi di lavorazione in vigna, con l'adozione di protocolli severi, e in cantina, con l'utilizzo delle più avanzate tecnologie, da sempre allo stato dell'arte. Questa attenzione garantisce il totale rispetto delle uve e la grande costanza qualitativa nella produzione.

Brut "52", un Millesimato senza eguali

Protagonista indiscusso di questo importante anniversario è il Valdobbiadene Prosecco Superiore Docg Brut "52", che deve il suo nome non soltanto all'anno della prima spumantizzazione ma anche al numero delle migliori parcelle di Glera selezionate per realizzare la cuvée originale. Fiero rappresentante della gamma di Prosecco Superiore Millesimati firmati Santa Margherita, conquista con il suo perlage finissimo che veicola l'intensità aromatica di frutta a polpa gialla anticipata dai sentori floreali di pesco e acacia.

Un'icona del lifestyle italiano nel mondo

Oggi il successo del Prosecco Superiore Santa Margherita va ben oltre i confini nazionali e conquista i palati dei winelover di oltre 90 Paesi nel mondo con una ricca gamma dalle deliziose sfumature: dai più strutturati e complessi Millesimati nella versione Brut "52" ed Extra Brut "Rive di Refrontolo", ai più contemporanei non-vintage Brut ed Extra Dry, immaginati per un pubblico moderno, che ama consumare vino in contesti non abitudinari o convenzionali, ricercando una bollicina che sia coerente con il proprio stile di vita ma comunque legata alla tradizione, rispettando fedelmente il territorio d'origine.

Gift box celebrative

In occasione delle celebrazioni del 70° anniversario, Santa Margherita rinnova l'immagine dei suoi più iconici Prosecco Superiore - Brut "52", Extra Brut "Rive di Refrontolo" e non-vintage Brut - con tre gift box in limited edition per il formato 75 cl. cod 86727

Santa Margherita
via Ita Marzotto 8 - 30025 Fossalta di Portogruaro (Ve) - Tel 0421 246111
www.santamargherita.com

BRUT MILLÉSIMÉ 2012
L'ELEGANZA E L'EQUILIBRIO
DELLO STILE LAURENT-PERRIER
LP
2012
Laurent-Perrier
MILLÉSIMÉ
CHAMPAGNE
Laurent-Perrier
MAISON FONDÉE
1812
BRUT
CHAMPAGNE
LAURENT-PERRIER
BRUT MILLÉSIMÉ 2012
Ottenuto da Chardonnay 50% e Pinot Noir 50%. Crus: Chardonnay della Côte des Blancs: Le Mesnil-sur-Oger, Oger, Cramant, Chouilly. E Pinot Noir della Montagne de Reims: Bouzy, Ay, Verzy, Mailly, Rilly-la-Montagne.
Si abbina alla perfezione con frutti di mare e pesci nobili, ma anche con pollame o carne di vitello.
Questo vino sublima i formaggi a pasta cotta pressata, come un giovane Comté o un Beaufort.

Fondata nel 1812 con l'insediamento della famiglia Laurent a Tours-sur-Marne, la Maison Laurent-Perrier è riconosciuta in tutto il mondo come una delle più grandi aziende della Champagne. Bernard de Nonancourt guida la Maison dal secondo dopoguerra e con il suo spirito indipendente lascia all'azienda un'impronta di grande creatività enologica. Laurent-Perrier è rappresentata oggi da Alexandra Pereyre e Stéphanie Meneux de Nonancourt che conservano i valori e la filosofia della Maison nel tempo: il rispetto della natura e dei vini, l'amore per la qualità, i rapporti solidi e duraturi con le persone che lavorano in azienda.

Ogni vino che esce dalle cantine Laurent-Perrier è frutto di un audace slancio creativo e della volontà di soddisfare le attese di qualità di un pubblico alla ricerca di piaceri nuovi e diversi. Tutte le cuvée Laurent-Perrier hanno una propria storia e personalità, ma sono accomunate da uno stile unico e distintivo in una gamma in cui si esaltano purezza, freschezza ed eleganza. Sono champagne che mantengono costanti la loro qualità e il loro gusto nel tempo, nel rispetto degli anni di maturazione di ciascun vino.

Attualmente Laurent-Perrier è il quarto produttore di Champagne ed è presente in oltre 140 Paesi, in molti dei quali controlla posizioni di leadership assoluta. Le caves si trovano vicino ai vigneti, a Tours-sur-Marne, dove si incontrano le tre grandi aree vinicole della Champagne: la Montagne de Reims, la Côte des Blancs e la Vallée de la Marne.

2012, un anno eccezionale per Laurent-Perrier

Il Millesimo è la scelta di un anno eccezionale, dal quale vengono selezionati i Grands Crus di Chardonnay e Pinot Noir che entreranno nell'assemblaggio di una futura iterazione Grand Siècle. È un vino raro ed eccezionale che esprime il carattere dell'annata in stile Laurent-Perrier. Per la Maison Laurent-Perrier, il 2012 è stato un anno speciale: sia una grande annata in vigna, sia l'anno di celebrazione del suo bicentenario. Nel 2012 il tempo in Champagne è stato capriccioso, scandito da una successione di "incidenti climatici": il gelo invernale, le gelate primaverili e vari episodi di grandine che hanno provocato danni in molte zone del vigneto. Fortunatamente un'estate asciutta e soleggiata ha consentito una maturazione eccezionale delle uve al momento della vendemmia a settembre, in volumi limitati.

Dopo un invecchiamento di quasi 10 anni in cantina, Laurent-Perrier ha prodotto una delle sue etichette migliori. Prodotto esclusivamente da Chardonnay Crus della Côte des Blancs e Pinot Noir de La Montagne de Reims, Laurent-Perrier Brut Millésimé 2012 è un vino cesellato e perfettamente equilibrato ed esprime tutta la freschezza, la finezza e l'eleganza che caratterizzano lo stile della Maison. Una veste oro chiaro con effervescenza fine e persistente si apre al naso con note molto floreali, di agrumi e pesca bianca. Al palato l'attacco è vivace, la sua grande finezza lascia il posto ad una bella mineralità per finire con note di pompelmo. Servito tra 9°C e 11°C, Laurent-Perrier Brut Millésimé 2012 si sposa perfettamente con frutti di mare e pesce nobile ma anche con carne come pollame o vitello. Sublima anche i formaggi a pasta cotta pressata, come un giovane Comté o un Beaufort. cod 87106

Laurent-Perrier Italia
via Farini 9 - 40124 Bologna
Tel 051 6486537
www.laurent-perrier.com

Belle Epoque Society

UN PARADISO DI ARTE, NATURA E CHAMPAGNE A EPERNAY

Maison Perrier-Jouët ha riaperto Belle Epoque Society, un ecosistema di spazi esperienziali all'interno della sua sede storica di avenue de Champagne a Epernay. All'interno del Cellier Belle Epoque sono esposte nuove opere d'arte, è stato creato un nuovo laboratorio esperienziale, la boutique è stata re-immaginata come un giardino d'inverno mentre la corte interna offre un rifugio di pace immerso nella natura nel cuore della cittadina.

Aperto nel 2021, il Cellier Belle Epoque è uno champagne bar concepito anche come spazio artistico e culturale. I visitatori sono invitati a degustare le cuvée Perrier-Jouët mentre ammirano le opere d'arte esposte. Il viaggio artistico del Cellier ha dato il benvenuto a due nuove opere, che si aggiungono a quelle già esposte. Con l'opera Embodied Nature, lo studio di design austriaco mischer'traxler invita i visitatori a coltivare la propria sensibilità nei confronti degli esseri viventi. Introdotta dalla Maison Perrier-Jouët nel dicembre 2021 a Design Miami, questa installazione presenta agli ospiti la natura in tutta la sua biodiversità, rappresentandola tramite più di cento specie provenienti da tutto il mondo.

Sviluppata sull'ingresso a vetrate e sulle ampie finestre del Cellier, l'opera Extra-Natural dell'artista francese Miguel Chevalier mostra una natura libera, vibrante e viva, perfettamente in armonia con il patrimonio Art Nouveau della Maison Perrier-Jouët.

Atelier Belle Epoque, un nuovo spazio dedicato alle esperienze

Prosecuzione del percorso artistico, l'Atelier Belle Epoque offre uno spazio

meraviglioso e luminoso dedicato alle esperienze organizzate durante tutto l'anno, con un programma che si sviluppa intorno ad arte, natura e champagne. Dietro le grandi vetrate si svolgono degustazioni a tema, corsi di cucina tenuti dall'executive chef della Maison Belle Epoque, Sébastien Morellon, laboratori di arte floreale, incontri con i viticoltori della Champagne o con i responsabili della viticoltura sostenibile della Maison, conferenze sulla storia di Perrier-Jouët o sulla collezione Art Nouveau della Maison Belle Epoque, e molto altro. Lo spazio può anche essere prenotato per eventi privati (individuali o aziendali).

Il giardino nella corte: un rifugio di quiete e natura nella città

La corte interna del Cellier Belle Epoque è stata riconvertita in un giardino rigoglioso, che offre una parentesi di natura nel cuore di Epernay. Comodi salotti e due gazebi come quelli del giardino di Maison Belle Epoque accolgono i visitatori per pranzo, per un pasto leggero o per un calice di Champagne Perrier-Jouët. I sentieri del giardino seguono esattamente il layout dei tunnel delle cantine, 6 metri sotto il suolo.

La Maison Belle Epoque

Dall'altro lato dell'avenue de Champagne, l'elegante Maison Belle Epoque continua ad accogliere visitatori che desiderano ammirare sia la collezione Art Nouveau - la più grande collezione privata di Art Nouveau francese che conta opere di artisti straordinari tra cui Hector Guimard, Louis Majorelle e Emile Gallé - sia opere d'arte contemporanea commissionate dalla Maison Perrier-Jouët e godere di un'esperienza gourmet unica.

Un tempo residenza di famiglia dei fondatori di Perrier-Jouët, Maison Belle Epoque offre oggi un'esperienza culinaria esclusiva per un numero limitato di clienti. Il percorso di degustazione di sette portate è stato ideato da Sébastien Morellon insieme a Pierre Gagnaire, chef tre stelle Michelin, in collaborazione con Séverine Frerson, Chef de Caves di Perrier-Jouet.

cod 86998

Distribuito da: **Marchesi Antinori**
via Cassia per Siena 133 - 50026
San Casciano val di Pesa (Fi)
Tel 055 23595 -**www.antinori.it**

CHAMPAGNE

PERRIER-JOUËT BLANC DE BLANCS

I cru selezionati sono assemblati con una piccola parte di vini di riserva di Chardonnay per assicurare una coerenza assoluta di stile e di qualità.
Oro pallido con riflessi color verdognolo, risveglia i sensi con aromi seducenti di peonia e caprifoglio, agrumi piccanti (limone, pompelmo) e pera bianca e sentori di mandorla fresca, zenzero e pepe bianco. Al palato, la sua freschezza minerale indugia in un finale sorprendentemente morbido e pieno, che aggiunge una dimensione confortante a questo champagne vivace e luminoso.

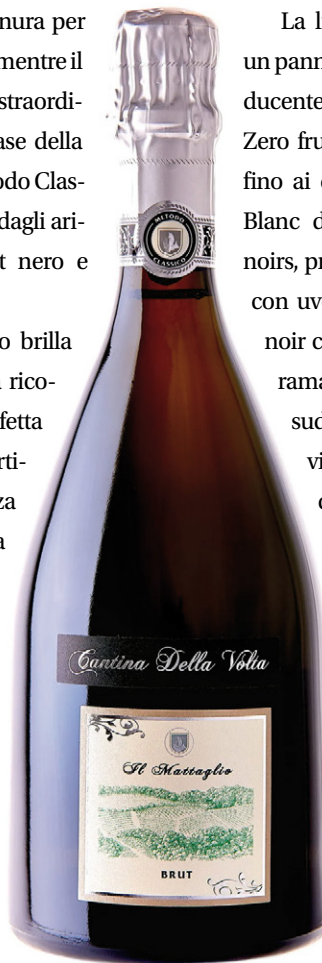
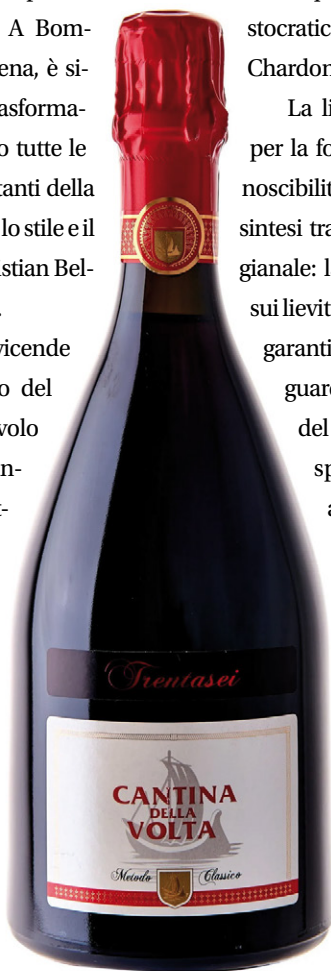
LAMBRUSCO, CHARDONNAY E PINOT NERO: LE BOLLICINE DI CANTINA DELLA VOLTA

Cantina della Volta è una realtà vitivinicola unica nel panorama emiliano. La sua storia riunisce antiche consuetudini e moderne competenze, oltre a un saper fare che attraversa il tempo e lo spazio in una sintesi mirabile. A Bomporto, a nord di Modena, è situata la cantina di trasformazione dove avvengono tutte le operazioni più importanti della vinificazione secondo lo stile e il metodo scelto da Christian Bellei: il metodo Classico.

Attiva attraverso vicende storiche fin dall'inizio del secolo con il trisavolo Francesco Bellei, la cantina oggi è dotata di attrezzature tecnologiche all'avanguardia che consentono a Christian, ora alla guida delle operazioni, di ottenere quel risultato di cristallina pulizia e lucente linearità che lo caratterizza. Le uve Sorbara in purezza vengono raccolte in pianura per la produzione dei Lambrusco mentre il vigneto di Riccò garantisce la straordinaria qualità delle uve alla base della linea Il Mattaglio, sempre metodo Classico ma questa volta ottenuto dagli aristocratici grappoli di Pinot nero e Chardonnay.

La linea dei Lambrusco brilla per la forte personalità e la riconoscibilità del metodo, perfetta sintesi tra gesto agricolo e artigianale: la lunga permanenza sui lieviti e la cura produttiva garantiscono la salvaguardia dell'integrità del frutto, mentre la spumantizzazione attraverso il metodo Classico enfatizza la finezza dei grappoli d'origine e ne afferma l'eleganza e la bevibilità. Da segnalare il romantico Rimosso, l'unico vino prodotto con il metodo dell'antica rifermentazione in bottiglia senza sboccatura.

La linea Il Mattaglio offre un pannello di vini ampio e seducente: dai Brut e Dosaggio Zero frutto di caparbie cuvée, fino ai due prodotti di punta Blanc de blancs e Blanc de noirs, prodotti rispettivamente con uve Chardonnay e Pinot noir coltivate a Riccò di Serramazzoni, sulle colline a sud di Modena. Questi vini sono accomunati dalla fedeltà ai terreni, dalla posizione e dall'esposizione, dall'altitudine e dal microclima, dalla vetustà degli impianti e dalle rispettose tecniche produttive. Una sintesi umana tra il territorio e il metodo, il cui risultato è una schietta eleganza e una riconoscibile personalità. cod 86923

Cantina della Volta
via per Modena 82 - 41030 Bomporto (Mo) - Tel 059 7473312
www.cantinadellavolta.com

IL ROSÉ BRUT DI CANTINA TOLLO RALLEGRA I BRINDISI NELLE SERE D'ESTATE

Da uve 100% Pinot nero, l'Abruzzo Rosé Spumante Dop Brut di Cantina Tollo è il vino ideale per un raffinato aperitivo estivo, da assaporare guardando il sole tramontare all'orizzonte. Di colore rosa pallido con elegante e persistente mousse, al naso presenta sentori di frutti rossi, fragola, lampone con complesse note di pane tostato, biscotto e brioche. Uno spumante metodo Classico da sorseggiare nelle serate estive, finemente bilanciato tra la fresca acidità e il moderato residuo zuccherino, con una consistenza cremosa e un finale persistente. Perfetto per un brindisi prima di cena, ma anche per accompagnare antipasti con prodotti da forno e formaggi, pesce crudo o primi piatti leggermente saporiti, salmone e carni bianche, secondi di pesce delicati, formaggi freschi semi stagionati.

La vendemmia è anticipata e la raccolta delle uve avviene a mano, mentre la pressatura è molto soffice. La bassa temperatura enfatizza aromi e colore, alla prima fermentazione in acciaio inox segue il tiraggio in bottiglia. Terminata la rifermentazione, il vino rimane sui lieviti per circa 48 mesi per arricchirsi di corpo, profumi ed eleganza. Al remuàge segue la sboccatura per l'ultimo tocco da parte dell'enologo.

Creato nel 2019, l'Abruzzo Rosé Spumante Dop è tra gli spumanti più rappresentativi di Cantina Tollo, da più di sessant'anni ambasciatrice dei vini d'Abruzzo nel mondo. Tra le più importanti e consolidate realtà del settore vitivinicolo italiano, il gruppo commercializza 13 milioni di bottiglie all'anno, vanta circa 700 soci e 2.700 ettari coltivati in un territorio da sempre vocato alla produzione vitivinicola.

ABRUZZO SPUMANTE DOC ROSÉ CANTINA TOLLO

I vigneti di Cantina Tollo si estendono dalle colline del litorale fino alle pendici della Maiella, in un clima tipicamente mediterraneo, contraddistinto da escursioni termiche notevoli. La produzione si concentra sui vitigni tipici e autoctoni del territorio (Montepulciano, Trebbiano, Pecorino, Passerina e Cococciola), coltivati tradizionalmente a pergola, con una spiccata vocazione alla sperimentazione in campo e in cantina. cod 87028

Cantina Tollo
viale Garibaldi 68 - 66010 Tollo (Ch)
Tel 0871 96251
www.cantinatollo.it

The Whynery Journal insieme a Italia a Tavola va alla ricerca delle Maestrie italiane del food & beverage, interagendo con trasformatori, produttori o tecnici del settore, accostandoli e miscelandoli con arte, architettura, cinematografia, teatro, fotografia, pittura e molto altro.

I MAESTRI RACCONTANO...

L'ECCELLENZA È UN'ATTITUDINE DA CONDIVIDERE

Helmuth Köcher

Il selezionatore per eccellenza, il "WineHunter" Helmuth Köcher, insieme a 5-Hats ha costituito un Team di professionisti incaricati di selezionare le eccellenze enologiche in tutto il mondo

di ***Fabio Di Pietro***

In un contesto dove storia, cultura e poesia si intrecciano è successo qualcosa di davvero speciale. Il lago d'Iseo, che già vive di bellezza e di natura tutto l'anno, ha ospitato presso l'Hotel Araba Fenice, a Pilzone (Bs), la presentazione degli Ambasciatori di The WineHunter nel mondo. La location è stata scelta come "casa" di questa giornata importante visti i profondi valori storici e artistici che da sempre caratterizzano l'hotel: dagli incontri segreti fra Churchill e Mussolini in finir di guerra, all'artista Christo che nella struttura ha progettato e realizzato il suo "Floating piers", fino al romantico aneddoto che vuole che sia stato sventolato addirittura qui il primo Tricolore. Singolare che nella stessa stanza dove l'Italia ha vissuto uno dei suoi inizi ci sia la possibilità di farla anche ripartire come sistema nel mondo.

Abbiamo scoperto nel corso di questa rubrica davvero molti mestieri che si occupavano di arti da salvaguardare e da tramandare ma, in questa occasione, dobbiamo mettere un accento diverso su una capacità, ovvero quella di selezionare. Il selezionatore per eccellenza, **Helmuth Köcher**, ha tenuto una lectio magistralis su come individuare l'emozione che si cela dietro ad un prodotto, come capirne il valore calandolo nel suo contesto produttivo e come comprendere il vero messaggio del produttore.

Ambasciatori in cerca di eccellenze in tutto il mondo

Il parterre, composto da professionisti che si sentivano quasi come bambini al luna park davanti a così grandi illuminazioni, era la squadra che ha creduto e sposato la filosofia del WineHunter. 5-Hats con lui, infatti, ha realizzato un sogno tanto utopistico

quanto necessario: la creazione di un Team di super professionisti che conoscano e condividano la filosofia del WineHunter e la possano diffondere internazionalmente attraverso la Guida. Questi "Ambassador" insigniti e nominati come i punti di riferimento per i mercati esteri, sono figure che oggi rappresentano il Team nel mondo: **Karine De Souza** (Sud America), **Antonella Riccio** (Usa), **Alessandro Satin** (Canada, Svezia, Norvegia, Finlandia), **Chaochao Wu** con il supporto tecnico di China Link (Cina, Hong Kong, Taiwan, Macao).

Questi nuovi rappresentanti del credo e della filosofia del Team avranno come grande strumento la Guida, la quale raccoglierà l'anno di scouting e renderà riconoscibile la ricerca delle eccellenze italiane nel mondo, creando anche "gemellaggi" coi Paesi di interesse dei rispettivi Ambassador e costruendo delle vere e proprie sezioni dedicate ai prodotti internazionali che meritano di essere inseriti nel mercato italiano.

Il vino come espressione emozionale del territorio

«Il vino non è solo fortemente radicato nell'economia del nostro Paese, ma anche nella Storia e nella Cultura dell'uomo. L'obiettivo di oggi è anche quello di condividere con voi una filosofia: non fermatevi al vino, ma cercate in esso il territorio che viene espresso da parte dell'artigiano che lo crea attraverso una emozione!». Queste alcune delle parole di **Helmuth Köcher** che ha accompagnato gli Ambassador in una masterclass privata sui vini georgiani, altra perla da scoprire ed approfondire.

Dopo molto "viaggiare" idealmente fra le diverse culture rappresentate degli Ambassador e fra i vini della Georgia, abbiamo poi potuto toccare con mano la qualità espressa da Berlucchi, come una realtà della Franciacorta che, per storia e charme, rappresenta il territorio franciacortino fuori dall'Italia tessendo un ottimo legame fra la cantina e le nuove strategie di The WineHunter e 5-Hats per fare sistema nel mondo.

Giornate come queste sono una vera opportunità per sentirsi "minuscoli" in confronto alla quantità di perle che ci possono essere in Italia (e non solo), ma al contempo grandi e forti se si ha una squadra con la quale affrontare la sfida di accompagnare le aziende a farsi apprezzare nei mercati esteri. L'eccellenza è un'attitudine... da condividere! cod 87245

I WineHunter Ambassador con i diplomi dopo la nomina: Antonella Riccio, Helmuth Köcher, Karine De Souza, Alessandro Satin, Marco Facchini (China Link)

di ***Eros Teboni***
Miglior sommelier
del mondo Wsa 2018

La Riviera Ligure di Levante è ricca di sorprese sul fronte enologico, con produttori virtuosi che hanno dedicato risorse ed energie ad elevare una viticoltura decisamente eroica. Reperti archeologici testimoniano una tradizione longeva che risale all'Età del bronzo e tracce di commercio del vino ci portano al 2400 a.C. La concentrazione salina, che si deposita nei terreni grazie alla brezza che soffia dal mare, influisce sul sapore dei vini, mentre i vigneti che sorgono sui tipici terrazzamenti vengono protetti dai muretti a secco. Oggi si fa strada una nuova consapevolezza e vi sono vignaioli assolutamente da conoscere i cui vini rappresentano un'autentica esperienza. Ed ecco tre vini che mi sono piaciuti particolarmente e voglio condividere con voi. cod 87244

L'ITALIA DEL VINO

TRE CALICI DI LEVANTE

1 CINQUE TERRE BIANCO DI FORLINI CAPPELLINI

Varietà: Vermentino, Bosco e Albarola
Forma di allevamento: Guyot
Prezzo medio: 30 euro

A Manarola, frazione di Riomaggiore (Sp) nel cuore delle Cinque Terre, una realtà a carattere familiare nata nel 1988 e guidata da Alberto Cappellini e Germana Forlini, insieme al figlio Giacomo. Le impervie condizioni orografiche del terreno, con pendenze che arrivano al 90%, si combattono ogni giorno con terrazzamenti, muretti a secco, un importante lavoro manuale e tanta dedizione. Uno dei due vini dell'azienda che abbiamo assaggiato, il Cinque Terre bianco, si origina su suoli sabbiosi, permeabili e non molto profondi, con scarsità d'acqua. Vermentino, Bosco e Albarola sono i vitigni autoctoni che prolificano tra i 200 e i 300 m e che compongono l'accurato assemblaggio. Un vino fresco, profumato, con note floreali e sentori di mela, cedro, arancio, mentre al palato il sorso conserva aromaticità, mineralità, freschezza, sapidità, insieme a una godevole lunghezza che contribuisce a una coinvolgente e piacevole beva.
In abbinamento: "Spaghettone aglio e olio, maruzzielli, anemoni e ricci di mare", ricetta di Paolo Gramaglia, socio Euro-Toques e chef stellato del Ristorante President di Pompei (Na)

2 CINQUE TERRE SCIACCHETRÀ RISERVA 2017 DI TENUTE POSSA

Varietà: Bosco, Rossese bianco

Forma di allevamento: Pergola bassa e filare

Prezzo medio: 68 euro

La complessità di coltivare sui pendii scoscesi delle Cinque Terre, non impedisce ad alcuni tenaci produttori di esprimere vini di questa grandezza. Un vino passito dolce e liquoroso che nasce a Possaitara, nel comune di Riomaggiore, nella cantina aperta nel 2004 da Samuele Heydi Bonanini. Le uve vengono lasciate ad appassire nei solai, dopo averle sgranate a mano, acino per acino, dando seguito alla pressatura con i piedi, alla fermentazione spontanea e a 28 giorni di macerazione sulle bucce. Poi 3 anni di affinamento in barrique. Il risultato è un soave nettare dal colore giallo ambrato e dai riflessi dorati, al naso è etereo ed esprime aromi floreali, lievito, crosta di pane, caramello, frutta candita, zafferano, albicocca. Al palato una dolcezza armonica, bilanciata da freschezza e acidità, contribuisce a un sorso, denso, leggermente sapido.

In abbinamento: "Latte in piedi al rosmarino con crema all'olio di oliva", ricetta di Elia Grillotti titolare e chef del Ristorante La Corte di Rieti e membro Euro-Toques Italia

3 BAMBOO ROAD DI STEFANO LEGNANI

Varietà: Trebbiano, Malvasia di Candia, Malvasia toscana, Albana e Vermentino

Forma di allevamento: Guyot

Prezzo medio: 23 euro

Un assicuratore divenuto vignaiolo per passione, con il pallino della naturalità che in pochi anni in località Badia, vicino a Sarzana (Sp), ha saputo affermarsi nel mondo biodinamico facendo quello che sognava di fare. I suoi vini raccontano di preziosi consigli lasciati in dote dai viticoltori locali, di un confronto continuo con i colleghi più virtuosi e di relazioni proficue con il mondo della ristorazione, ma anche di un'affezione al territorio non comune. Bamboo Road, il cui nome fa riferimento al canneto che circonda il vigneto è il vino che abbiamo assaggiato. Al naso frutta matura, bergamotto, lime, fiori e note minerali. Al palato secco, sapido, di buona acidità e freschezza, materico, espressivo, con una notevole persistenza finale.

In abbinamento: " Spiedino di astice, mozzarella di bufala, bellini e raviolo di ananas con cuore di barbabietola alla vaniglia" Ricetta di Ernesto Iaccarino, del ristorante Don Alfonso 1890 due stelle Michelin e socio EuroToques

RIPARTIAMO DAL VINO

*Per affrontare con positività e lo sguardo rivolto al futuro la situazione attuale, cercando di lasciarci alle spalle il Covid-19, l'head sommelier del ristorante Terrazza Gallia di Milano, **Paolo Porfidio**, vincitore del Premio Italia a Tavola-Personaggio dell'anno 2019, nella categoria Sala e Hotel, prosegue su **www.italiaatavola.net** la video-rubrica dedicata ad alcune eccellenze del panorama vinicolo italiano. In questa pagina proponiamo la sintesi di alcune fra le più recenti video-degustazioni.*

Piemonte Albarossa Doc "Treparcelle" 2019 - Iparcellari

Il Piemonte Albarossa Doc "Treparcelle" è ottenuto da Albarossa in purezza, una selezione delle uve interna alla parcella n° 269, nel vigneto Bricco Cantamessa in località Govone (Cn). Il vino si presenta con un colore rosso rubino intenso con riflessi violacei. Al naso ha un buon frutto di mora matura. Molto intensa la nota balsamica, di erbe officinali e con un finale molto speziato (chiodo di garofano, ginepro). In bocca si presenta con un buon equilibrio tra freschezza e tannino, che rende molto piacevole la beva. Retrogusto finale molto persistente, in cui si ritrovano le sensazioni balsamiche e speziate del bouquet olfattivo. cod 86875

Tenuta Laramè Fippiane Roero Arneis Docg 2018 Cantine Povero

L'eleganza e la complessità del Fippiane derivano dai 30 mesi sur-lies in bottiglia. La sboccatura avviene à la glacée, congelando con una soluzione salina il collo della bottiglia tenuta in posizione verticale, poi ruotata di 180 gradi per essere stappata. Le bottiglie vengono colmate con il medesimo vino. Dopo la tappatura con sughero, lo spumante riposa almeno 4 mesi prima di essere avviato al mercato. Il colore è un giallo paglierino tenue e il perlage è fine e continuo. Il bouquet sfoggia note fragranti di crosta di pane, frutta a polpa bianca matura, fiori bianchi appassiti, e nocciola. Il palato è fresco, armonico, e delicatamente sapido, con buona persistenza. Si abbina con crostacei, prosciutto crudo, sushi e sashimi, risotto allo zafferano, risotto ai porcini, formaggi caprini. cod 87117

Aurente Chardonnay di Torgiano Doc 2018 - Lungarotti

Fiero della sua natura umbra, Aurente ha temperamento forte e solare. Il nome richiama la preziosità dell'oro, tanto nel colore quanto nella concentrazione di gusto e aromi. Il vino è ottenuto da uve Chardonnay. Bianco di grande struttura. Paglierino intenso con bei riflessi dorati, profumi di frutta bianca, banana, pesca, ananas e dolci sentori di vaniglia e burro con richiami al cocco. Raffinato all'ingresso, si apre con un bellissimo frutto fresco e sapido e bella acidità agrumata. Finale lungo e persistente. Ottimo con risotti mantecati o al tartufo, pesci in salsa o arrosto, carni bianche in genere, agnello in fricassea, formaggi stagionati dal sapore anche intenso. Servire a 12-14°C, in calice ampio. cod 87118

BEN...BEVUTI AL SUD

LARCÉRA 2021 DI MANDRAROSSA VERMENTINO INASPETTATO PER STILE E CLASSE

di ***Gianni Paternò***

Settesoli è una cantina cooperativa che nasce nel 1958 e oggi vanta 6mila ettari di vigneti di cui mille in biologico, 36 varietà di viti, 5mila famiglie che attingono alla sua economia, 2mila viticoltori, 3 marchi, 73 etichette, 20 milioni di bottiglie vendute in 45 Paesi, 10 agronomi, 9 enologi e tecnici di cantina. Rappresenta il più importante polo economico nel distretto delle Terre Sicane, sulla costa sudoccidentale della Sicilia. Una gestione sostenibile con ben cinque certificazioni di qualità ambientale oltre l´adesione alla Fondazione SO-Stain. Il suo maggior pregio è la conduzione totale su base scientifica, dal monitoraggio di tutte le caratteristiche, alla scelta delle varietà e delle operazioni colturali.

Tre i marchi: oltre Settesoli, Mandrarossa per l´Horeca e Inycon per l´estero. Vitigni autoctoni, internazionali e di ridotta diffusione nell´isola, quali Vermentino, Sauvignon Blanc, Alicante, Fiano, Chenin Blanc, Petit Verdot e Viognier, che i tecnici Settesoli hanno saputo coltivare al meglio creandone vere chicche enologiche. Dal 2020 vigne anche sull'Etna e a Pantelleria.

A proposito di Vermentino biologico, vitigno di cui Settesoli detiene la maggior superficie con 290 ettari, degustiamo Larcéra 2021 Igt Terre Siciliane. Classica vinificazione in bianco con controllo della temperatura e decantazione statica, affinamento per sei mesi in acciaio. Nel calice colore giallo paglierino con leggere nuances dorate; all'olfatto frutta gialla come pesca ed albicocca assieme a glicine e fiori di campo con sfumature vegetali, finezza e pulizia; al palato convince col suo equilibrio, con un'acidità che fa il paio con la salinità, entrambe non eccessive ma caratterizzanti, una beva fresca, piena, non banale che si chiude con una discreta aromaticità che ne fa un vino ideale per accompagnare ostriche e molluschi. cod 87252

UN VITIGNO AL MESE

QUAGLIANO, DA SALUZZO UN VITIGNO DALLE QUALITÀ BENEFICHE

di ***Piera Genta***

Quagliano è un vitigno autoctono a bacca rossa tipico della zona del Saluzzese, in Piemonte. Quest'anno si celebrano i 300 anni del vino. La parola Quagliano in riferimento all'uva si trova per la prima volta nei bandi campestri della città di Busca, pubblicati nel 1721, nuovamente lo ritroviamo in quelli del comune di Costigliole del 1749.

Ottima uva da tavola, dalla buccia sottile, un tempo l'uva era venduta ai mercati dei paesi vicini in quanto era apprezzata per le qualità organolettiche. Molti, inoltre, utilizzavano l'uva Quagliano per la cosiddetta cura dell'uva riconoscendone le sue particolari peculiarità diuretiche. Il conferimento della denominazione di origine controllata al Quagliano, risalente al settembre 1996, è avvenuta principalmente come riconoscimento a tutela di una tradizione produttiva a rischio di estinzione.

Il vino ottenuto entra nella Doc Colline Saluzzesi ed origina due tipologie di vino, una versione ferma ed una spumantizzata. Di colore variabile dal cerasuolo al rubino tenue con riflessi violacei.

Leggero, amabile, dai sentori floreali di geranio e rosa canina e fruttati di ribes. Disponibile anche nella versione passito.

Da un punto di vista gastronomico il Quagliano si abbina con i dolci (torte alla frutta), anche se il suo matrimonio più riuscito è sicuramente con le paste di meliga e torte alla nocciola. Esistono anche abbinamenti più originali con i formaggi freschi ed una fetta di salame. cod 87249

DÉJÀ BÙ

VINO TRENTINO IN VERSILIA: CAVIT PROTAGONISTA

di ***Guido Ricciarelli***

Metti una sera a cena in buona compagnia in una cornice rilassante *bord de mer* (Ristorante La Pia Viareggio) e il gioco è fatto. E il connubio cibo-vino funziona ancor di più.

La degustazione parte dal Consal Nosiola Trentino Doc Superiore 2020 è di un paglierino acceso con sfumature dorate. Naso varietale, di ottimo impatto, con le tradizionali evidenze della frutta secca, il tratto vegetale e un alito di vaniglia. Il sorso gustoso possiede un'invitante bevibilità e mantiene intatti i pregi di freschezza e sapidità.

Tocca poi all'Altemasi Trento Doc Millesimato 2018. Giallo paglierino brillante, solcato da catenelle minutissime. Il bouquet è intenso, con ampia disponibilità di fiori e frutta a polpa bianca, accompagnati da scorzette di arancia e mandarino, vaniglia e fragranze di pasticceria. Entra in bocca con decisa vivacità, poi si fa cremoso e coinvolgente, con una scia sapida.

Non può mancare un rosé, l'Altemasi Trento Doc Rosato, dal perlage fitto e sottile. All'olfatto si apre con immediate fragranze di pasticceria da forno, completate da profumi di fragoline di bosco, ribes rosso e carcadè. Il tocco cipriato rivela la presenza risoluta del Pinot Nero. Sorso diretto e preciso, con raffinata, delicata cremosità.

In chiusura il Rupe Re Trentino Superiore Doc Vendemmia Tardiva 2017. Oro lucente. Olfatto ricco di vividi indizi. Prima presenze varietali, con pesche sciroppate, acqua di rose, frutta tropicale e cedro candito. Poi un fondo agrumato. Sorso dolce, di immediata tonicità, poi caldo e suadente. Avvolgente, invita alla beva. cod 87189

LA SEDUZIONE DELL'ETICHETTA

IL DIVISIONISMO DI SEGANTINI SUI VINI TRIACCA

di ***Piera Genta***

Una bella storia quella della linea di Valtellina superiore dedicata a Giovanni Segantini, maestro del Divisionismo. Siamo a fine Ottocento il pittore originario di Arco (Tn) oltre alla pittura amava molto il vino, e in particolare il Nebbiolo della Valtellina. La nipote, **Gioconda Leykauf Segantini**, ha ritrovato un quadernetto con delle note di acquisto dei prodotti consumati, cosi ha pensato di scrivere ad una delle aziende leader del terroir lombardo, Triacca: «Mio nonno era Giovanni Segantini. Amava il vino della Valtellina e lo beveva sempre. Mi farebbe piacere se ci fosse un vino di Valtellina, con un quadro di Segantini sull'etichetta».

Nel 2012 nasce la prima bottiglia della linea. In etichetta il dipinto Mezzogiorno sulle Alpi, raffigura la modella preferita dal pittore al pascolo con le pecore sotto un cielo di un blu intenso che ha abbellito la bottiglia fino alla vendemmia del 2014. Dall'annata 2015 invece l'etichetta riporta "La raccolta del fieno" dipinto nel periodo in cui l'artista soggiornò a Savognin. Il vino è un Nebbiolo in purezza proveniente dai terrazzamenti dei ripidi pendii della Tenuta La Gatta, prodotto da uve appassite in vigna e affinato per due anni in botte grande di rovere. Casa vinicola Triacca, azienda familiare fondata nel 1897 da Domenico Triacca, oggi è gestita dai fratelli Giovanni e Luca con una tenuta in Valtellina, La Gatta e altre tre in Toscana per un totale di 140 ettari. La Tenuta La Gatta di Bianzone (So), un monastero domenicano del '500 ristrutturato nel 2008, è stata la residenza della nobile famiglia De Gatti, da qui il nome. La struttura è circondata da 13 ettari terrazzati.

cod 87251

IL VILLAGGIO KOZEL PER TRE GIORNI A MILANO

Una gigantesca installazione alta 14 metri e larga 12 metri che rimanda nell'immaginario collettivo al "cavallo di Troia", è tornata a specchiarsi lo scorso maggio tra i grattacieli di piazza Gae Aulenti, a Milano, foriera di novità. Si tratta di Olda, il caprone emblema - da oltre 40 anni - del rispetto per la tradizione della birra e dei valori della comunità di Kozel, la birra ceca più apprezzata al mondo, con i suoi 4,5 milioni di ettolitri venduti in 48 Paesi.
Agli estimatori di Kozel, dallo scorso anno, si è aggiunta anche l'Italia. Lanciata sul mercato per arricchire l'offerta premium di Birra Peroni, nei primi 12 mesi di permanenza sul nostro mercato ha ottenuto il consenso di più di 2 milioni di consumatori italiani.
Kozel Lager e Kozel Dark sono disponibili su tutto il territorio grazie ad una distribuzione capillare nei più importanti punti di consumo, bar e ristoranti e nei più grandi supermercati. cod 86975

A SILVIO GALVAN IL PREMIO BIRRA MORETTI PER LA VALORIZZAZIONE DELLA BIRRA A TAVOLA

In occasione di "Champagne in Villa", l'evento Aspi (Associazione della sommellerie professionale italiana) volto a promuovere il Miglior Sommelier d'Italia 2022 ed il Miglior Sommelier Junior 2022, Fondazione Birra Moretti ha premiato Silvio Galvan per la valorizzazione della birra a tavola per la passione, la professionalità e le alte capacità dimostrate. cod 86822

PERONI A TOR SAPIENZA: UN RESTYLING NEL SEGNO DELLA SOSTENIBILITÀ

Nello storico stabilimento romano della Birra Peroni a Tor Sapienza, sono stati inaugurati gli spazi rinnovati degli uffici destinati al personale. L'azienda ha voluto in questo momento di ripartenza post pandemia riadattare gli spazi lavorativi del proprio personale nello spirito di un modo di più sano di trascorrere le ore lavorative. È questo il nuovo modello che il periodo pandemico ha indicato e lo spirito che ha guidato il progetto aziendale è stato anche quello di accelerare la transizione digitale ed ecologica.
«Questi uffici - ha dichiarato **Enrico Galasso**, amministratore delegato di Birra Peroni - rappresentano i valori in cui crediamo e in cui stiamo investendo». cod 86666

INNO ALLA LEGGEREZZA: PER GLI ITALIANI È UNA BIRRA IN COMPAGNIA

Sentirsi liberi di fare quello che piace, avere la giusta dose di autoironia, riappropriarsi di sé stessi, vivere con autenticità: ognuno, ai giorni nostri, cerca di "inventare la propria leggerezza" come diceva Giorgio Gaber. Un concetto che, stando a quanto affermano gli italiani riguarda in primo luogo la buona compagnia: per 1 italiano su 2 la situazione che più di tutte riesce a farci sentire "leggeri" è condividere il tempo con le persone che ci fanno stare bene. Per molti, con una buona birra, che per 4 italiani su 10 (43%) è la bevanda della leggerezza, capace di accompagnare i momenti conviviali più piacevoli e spensierati. È quanto emerge da un inedito studio AstraRicerche commissionato da Birra Moretti, che accompagna da oltre 150 anni i momenti in buona compagnia, con la versatilità e la qualità delle sue birre. Tra queste l'ultima arrivata Birra Moretti filtrata a freddo, che esprime al meglio i valori di leggerezza tipici della convivialità contemporanea.
cod 86856

L'ECCELLENZA DI MATERIE PRIME FRESCHE E DI ALTISSIMA QUALITÀ

OROBICA PESCA
food specialist

LUNEDÌ-VENERDÌ: 7.00-12.00 / 15.00-18.00
SABATO: 7.00-12.00
DOMENICA: 8.30-11.30 (SENZA SERVIZIO DI CONSEGNA)

STEZZANO

- VIA DEL SANTUARIO SNC
- SETTORE: COMMERCIALIZZAZIONE E DISTRIBUZIONE PRODOTTI ITTICI E ALIMENTARI
- PERSONALE QUALIFICATO SEMPRE A TUA DISPOSIZIONE
- MIGLIORE OFFERTA DI MERCATO IN TERMINI DI ESPOSIZIONE, ASSORTIMENTO, CONSULENZA E PREZZI

1000

METRI CUBI DI CELLE PER I PRODOTTI FRESCHI

2000

METRI CUBI DI CELLE PER I PRODOTTI CONGELATI E 7 VASCHE DI STOCCAGGIO

900

MQ DI CASH&CARRY, CON UNA ESPOSIZIONE, VARIETÀ E QUALITÀ ALTISSIMA

G.O.P

GARANZIA DI PROCEDURE DI CONSERVAZIONE, MOVIMENTAZIONE E TRASPORTO DEL PRODOTTO PER IL MANTENIMENTO DELLA CATENA DEL FREDDO, INSIEME A CONTROLLI CHIMICI E ISPEZIONI CERTIFICANO IL "GARANTITO OROBICA PESCA"

VISTA, OLFATTO, GUSTO

LA VALUTAZIONE SENSORIALE DELL'ACQUA

L'acqua, come abbiamo detto più volte, non è incolore, insapore e inodore. È l'essenza e l'origine di ogni cosa ed è il solvente universale per eccellenza, in quanto è in grado di dissolvere un numero maggiore di sostanze rispetto a qualsiasi altro liquido. È inoltre l'unico composto che esiste in natura in tutti e tre gli stati della materia: solido, liquido e gassoso. L'acqua è l'elemento chimico più noto (H_2O) ed è un vero e proprio alimento i cui ingredienti principali sono sali minerali, sostanze di trattamento (o disinfettanti) e composti organici. Questi 3 ingredienti influiscono notevolmente su tutti gli aspetti sensoriali dell'acqua. Vediamo nel dettaglio come farne una vera e propria valutazione.

Vista

- **Trasparenza**: è un carattere assoluto che deve rispondere al massimo di scala; qualsiasi sostanza, corpuscoli o microparticelle che siano, la compromette.
- **Intensità del colore**: è la percezione di colore, rilevabile solo quando l'acqua sia contaminata da sostanze estranee.
- **Bolle e frequenza**: le bolle, più o meno grandi, sono dovute ai gas disciolti che si aggregano fino a giungere a dare effervescenza.

Olfatto

- **Sostanze di trattamento** (cloro, clorammine e disinfettanti): possono conferire il classico odore di piscina, ma anche di medicinale o sughero.
- **Composti organici** (geosmina, pesticidi, fertilizzanti, fogliame): possono influire negativamente sull'odore dell'acqua e spesso possono essere percepiti anche a bassissime soglie.

Mouthfeel e gusto

- **Leggerezza**: percezione tattile, in parte condizionata anche dal gusto. Il contrario di questo descrittore è pesantezza, ma anche durezza. Generalizzando, un'acqua è percepita tanto più leggera quanto più bassa è la quantità di sali che contiene.
- **Dolce**: per definizione è la percezione di uno dei quattro gusti fondamentali dovuto agli zuccheri semplici e ad altre sostanze dolcificanti.
- **Acido**: l'intensità con la quale è percepito questo sapore è dovuta alla presenza di ioni idrogeno, che spesso giocano un ruolo fondamentale in interazione e capacità tampone con altri elementi.
- **Salato**: la valutazione quantitativa della percezione di questo sapore primario è data dai sali presenti nell'acqua.
- **Amaro**: dovuto ai costituenti dell'acqua, in genere alcuni tipi di sali (calcio, magnesio, potassio, cloruri). Alcuni cationi, come il rame, lo accentuano anche se presenti in poche parti per milione.
- **Metallico**: rileva la percezione tattile generata da alcuni elementi, soprattutto da quelli ferrosi.
- **Astringenza**: in caso di acqua contaminata può essere dovuta a polifenoli, altrimenti a metalli come il ferro. Spesso anche l'acqua calcarea o alcalina può risultare astringente. cod 87101

Per approfondimenti: **www.brita.it/magazine/aquademybybrita**

Brita Italia
via Zanica 19K - 24050 Grassobbio (Bg)
Tel 800 145979
www.brita.it

PELLEGRINI ED ESSENTIA MEDITERRANEA INSIEME PER AMARO EROICO

Una solida partnership unisce Altomonte (Cs) e Cisano Bergamasco (Bg). All'insegna di un liquore. È l'Amaro Eroico, prodotto dalla calabrese Essentia Mediterranea che entra, primo liquore, nella scuderia di Pellegrini Spa, azienda di primo piano nell'importazione e distribuzione di vini e distillati destinati al canale Horeca. Ventidue essenze, ottenute attraverso processi separati di macerazione a freddo e miscelate secondo un'antica ricetta tramandata nel corso dei secoli, sono alla base di questa ricetta, rivisitata secondo il gusto moderno. Nel solco della tradizione liquoristica mediterranea, Amaro Eroico rappresenta un equilibrio tra la componente amaricante (arancia amara, genziana, china) e la nota balsamica (rosmarino, origano, ginepro). Gli agrumi (bergamotto di Calabria, mandarino di Calabria, arancia rossa di Sicilia Igp e limone di Sorrento Igp) costituiscono la nota di alleggerimento, completata da mandorla e liquirizia calabrese. cod 86988

"AMARA" MIGLIOR AMARO AL MONDO AI WORLD LIQUEUR AWARDS

È siciliano il miglior amaro del mondo: a dirlo è la competizione mondiale World Liqueur Awards, che ha assegnato ad Amaro Amara il titolo mondiale assoluto, il riconoscimento più alto per la sua categoria. Nel corso degli anni nessun amaro siciliano è mai arrivato così in alto. Grande è la soddisfazione per **Edoardo Strano**, che nove anni fa trasformò in realtà il sogno di creare un amaro artigianale realizzato solo con scorze di Arancia Rossa di Sicilia Igp ed erbe spontanee dell'Etna. «Un riconoscimento che arriva dopo due anni difficili - racconta l'imprenditore - ma in cui non abbiamo mai fatto compromessi sulla qualità». cod 86312

PODERE CASTELLARE RILANCIA IL GIN ITALIANO

L'area è quella del Chianti Rufina, a ridosso del silvano territorio, fascinoso di suo, delle Foreste Casentinesi. Podere Castellare ha origine nel XII secolo e si estende per 35 ettari in prevalenza coltivati ad iris (il fiore simbolo di Firenze) e ginepro: gli elementi tradizionalmente costitutivi del gin. Al Podere Castellare Patrizio Pandolfi e il socio Patrick Hoffer stanno valorizzando queste coltivazioni. Unendo l'innovazione alla tradizione sono riusciti ad ottenere un gin di eccellente qualità: il gin Peter in Florence. cod 86511

MAZZETTI D'ALTAVILLA APRE "GRAPPA & CIOCCOLATO STORE" AD ALBA

Una nuova storia d'amore 100% piemontese sta per essere vissuta. I protagonisti sono, da una parte, i distillati di una delle più storiche grapperie del Nord-Ovest e, dall'altra, il cioccolato di una realtà altrettanto antica. Mazzetti d'Altavilla e Baratti & Milano, 340 anni di storia e tradizione in due (fondate nel 1846 e nel 1858), si sono lanciate in una nuova avventura: un esempio di partnership concreta fra imprenditoria di settori distinti che si uniscono per creare format innovativi. Ad Alba (Cn) ha aperto il nuovo Grappa & Cioccolato Store, il secondo (dopo Milano) in partnership con Baratti e il quinto shop di distillati in capo a Mazzetti d'Altavilla. cod 86315

COFFEE LOVERS CRESCE IL NUMERO DEGLI AMANTI DEL CAFFÈ IN ITALIA E IN EUROPA

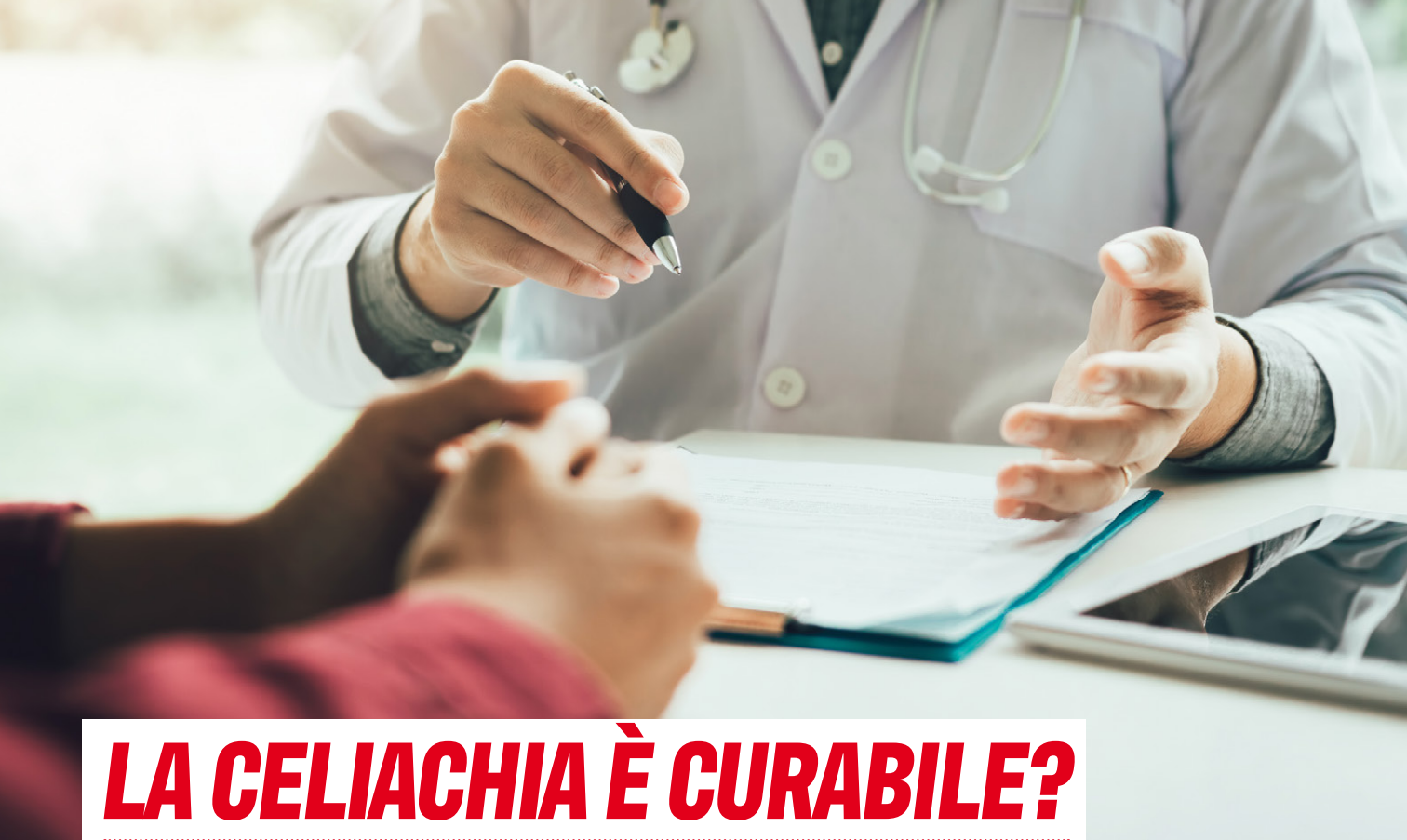
Tra i 20 e i 30 anni, con una scolarizzazione elevata, appassionato di food & wine, con capacità di spesa medio-alta. È questo in sintesi il profilo del "coffee lover", l'appassionato di caffè e di tutto il mondo che vi ruota intorno, che negli ultimi anni ha dimostrato di essere sempre più presente (in numeri) nei mercati internazionali. E oggi sempre più anche in Italia, grazie al lavoro svolto da tante aziende del settore in termini di diffusione della cultura del prodotto.
L'Istituto espresso italiano (Iei) ha voluto innanzi tutto chiedere ai propri partner e associati se si può parlare di "fenomeno", così come lo è nel vino o in altri settori del food.
Secondo l'esperienza condivisa gli amanti del caffè esistono e per lo più non c'entrano niente in maniera diretta con il mondo del caffè stesso. Sono soprattutto giovani professionisti, o prossimi alla laurea, che hanno una grande passione in generale per il wine & food e i viaggi. Stimolati soprattutto da eventi dedicati e momenti di divulgazione all'interno di caffetterie, quindi un fenomeno sviluppatosi soprattutto nell'ultimo decennio. Gli amanti del caffè si possono definire persone che amano identificarsi con il prodotto: gli piace berlo, seguono esperti e brand sulle piattaforme di social media, amano intrattenersi acquisendo informazioni. Una parte di questi coffee lovers frequenta anche brevi corsi di qualche ora per avere ancora più cognizione. Inoltre, ogni amante del caffè ha alcuni, se non addirittura multipli, strumenti per preparare il caffè a casa con diversi metodi, e ama provare caffè da varie torrefazioni e discutere con altri amanti del caffè online. cod 87167

CAFFÈ MAURO ENTRA NEL GRUPPO GIMOKA E SI RAFFORZA SUL MERCATO

Fabrizio Capua e Ivan Padelli

Gruppo Gimoka, tra le principali torrefazioni in Italia, e Caffè Mauro, storica torrefazione calabrese di alta gamma con una storia lunga oltre 70 anni, hanno raggiunto un accordo che ha dato vita ad una importante aggregazione industriale tra i due player italiani del settore: da un lato Gruppo Gimoka arricchisce e completa il proprio portfolio di marchi con un brand di alta gamma come Caffè Mauro; dall'altro Caffè Mauro, grazie a Gruppo Gimoka potrà rafforzare e consolidare la propria presenza nei mercati di riferimento. cod 86984

NESPRESSO FA IL GIRO DEL MONDO GRAZIE A TRE CUOCHI STELLATI

Un nuovo viaggio intorno al mondo insieme e Nespresso e a tre cuochi stellati: Andrea Berton, Viviana Varese e Tommaso Arrigoni (questi ultimi membri di Euro-Toques), con le loro personali interpretazioni, grazie alla gamma di caffè che trae ispirazione dalla cultura del caffè di diversi angoli del mondo, World Exploration.
Composta finora di soli caffè lunghi (Tokyo Vivalto, Stockholm Fortissio, Vienna Linizio, Buenos Aires e Cape Town Envivo), la gamma si arricchisce questa volta con una selezione di espressi, creati per continuare a raccontare le città del mondo attraverso le rispettive abitudini di consumo del caffè.
Parigi, Istanbul, Rio de Janeiro e Miami Limited Edition sono state scelte da Nespresso per dare vita all'offerta dei caffè espressi della gamma World Exploration, partendo proprio dal legame che ognuna di queste città ha con l'iconica bevanda. Ognuno dei caffè è stato poi creato con l'obiettivo di far rivivere ai clienti che lo assaggeranno, la sensazione di bere un caffè che rimanda ai suoni, ai colori e ai profumi di quella città, ma seduti comodamente a casa propria. cod 86762

LA CELIACHIA È CURABILE?

UNO STUDIO APRE UN PICCOLO SPIRAGLIO

di *Tiziana Colombo*

Attualmente, la celiachia non è curabile e non esiste una soluzione definitiva. Esiste una terapia, quella sì, e non è farmacologica. Come tutti i celiaci sanno, questa terapia è alimentare, e consiste nell'esclusione a vita del glutine dalla propria dieta. I celiaci scendono a patti con questa necessità e assumono uno stile di vita tale da garantirsi una dieta gluten-free. Tuttavia, si tratta oggettivamente di una limitazione, che almeno inizialmente genera qualche fastidio per non dire disagio. Una limitazione da accettare comunque e da assecondare. Il rischio, in alternativa, è di peggiorare la situazione, danneggiando il proprio organismo.

Dalla Finlandia arriva una speranza per chi non può assumere glutine. Una cura per questo problema sempre più diffuso, che ad oggi non ha ancora una terapia farmacologica

Ovviamente il grado di intolleranza al glutine cambia da persona a persona. Alcuni, per esempio, stanno molto male anche se entrano in contatto con quantità infinitesime di glutine. In ogni caso, però, si segnala un danno all'apparato digerente e ai villi intestinali per la precisazione.

Da questo danno, discende una perdita di "performance" sull'assorbimento degli altri nutrienti. Ciò potrebbe causare denutrizione e altri disturbi più o meno evidenti, come l'anemia da carenza di ferro. Sarebbe auspicabile, quindi, che prima o poi venisse trovata una cura per la celiachia, o una soluzione per ripristinare la tolleranza al glutine.

Tale eventualità è sempre stata giudicata remota dalla comunità scientifica, tuttavia uno studio pubblicato di recente sembra aprire un timido spiraglio.

Lo studio finlandese sulla celiachia

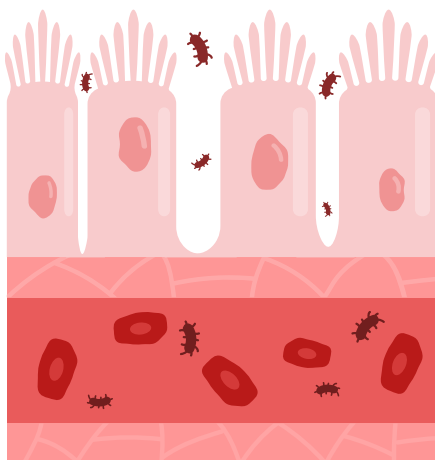
Lo studio sulla celiachia è stato realizzato dall'Università di Helsinki ed è stato pubblicato di recente dalla rivista scientifica Gastroenterology. Non è un caso che lo studio provenga dalla Finlandia, infatti nel Paese scandinavo la celiachia è un problema molto sentito: tra il 2 e il 3% dei finlandesi soffre di celiachia. Per comprendere le dimensioni del fenomeno, basti pensare che l'incidenza della celiachia a livello mondiale è pari allo 0,3-0,4%. Ad ogni modo, lo scopo dello studio era verificare la possibilità di una cura definitiva per la celiachia, che potesse passare per il ripristino della tolleranza al glutine.

L'intuizione è stata la seguente: la celiachia è dovuta principalmente ad una iper-reazione dell'organismo dalla gliadina, una delle due componenti del glutine. Quando un celiaco assimila la gliadina, i linfociti T (con memoria della gliadina) si attivano in modo "scomposto", dando in via a una reazione pesantemente infiammatoria. Dunque, si dovrebbe trovare un modo per riprogrammare i linfociti T e per "insegnare" loro a non attaccare la gliadina. Secondo i ricercatori di Helsinki questo obiettivo potrebbe essere raggiunto per mezzo di iniezioni di nano-particelle di gliadina direttamente nel sangue. Lo studio è stato eseguito sui topi affetti da celiachia, o comunque con una intolleranza al glutine più o meno marcata. A quanto pare, le prime evidenze hanno dato dei buoni risultati, con una quota rilevante di topi che hanno recuperato, in tutto o parzialmente, la capacità di tollerare il glutine.

C'è da sperare in questa nuova ricerca?

Siamo a un passo dalla meta? Ovviamente no, la strada è ancora piuttosto lunga. A tutti gli effetti si tratta di uno studio preliminare. Lo è per l'esiguità dei topi presi in considerazione, ma lo è anche perché deve essere ancora valutata dal resto della comunità scientifica. Inoltre, i topi e gli uomini potrebbero reagire in modo diverso alla presumibile terapia, visto il diverso grado di complessità del sistema immunitario.

Tuttavia è un tentativo che va verso la direzione giusta. Di certo lo studio ha già raggiunto un risultato, ossia ha incoraggiato molti altri ricercatori a impegnarsi nella lotta risolutiva alla celiachia. Anche solo teoricamente, l'Università finlandese ha dimostrato che una cura alla celiachia è possibile.

cod 87217

LE DOLCI OPERE D'ARTE DELLA PASTICCERIA PATALANI

di ***Francesca Tagliabue***
per conto di AMPI

Parlare di Viareggio (Lu) evoca subito chilometri di litorale dorato e sabbioso con tanti e colorati stabilimenti balneari dotati dei massimi comfort, una passeggiata larga costellata di negozi, una vivace mondanità e un clima assai gradevole che ha fatto di tutta la costa della Versilia una meta tra le più ricercate in Italia. Forse non tutti sanno che è nel 1822 che Viareggio prende ufficialmente il suo ruolo di destinazione turistica: qui Paolina Borghese, sorella di Napoleone Bonaparte, iniziò la costruzione dell'omonima villa in riva al mare (dove, si racconta, fu trovato il corpo del poeta Romantico Percy Bysshe Shelley, naufragato lo stesso anno). La principessa, che amava circondarsi di artisti e musicisti, ne ammirava le poesie. Terminata la costruzione della villa, che oggi è un edificio storico sede dei Civici Musei e di una pinacoteca, Paolina vi si trasferì subito. Grazie alla presenza sua e del suo entourage, Viareggio divenne immediatamente una località alla moda e nel 1828 venne inaugurato il primo stabilimento balneare.

Un ritrovo di pittori, scultori e poeti

Principali esponenti del mondo dell'arte e dell'architettura soggiorneranno a Viareggio dalla fine dell'800 in poi, lasciando edifici e ville caratterizzate da raffinate decorazioni Art Déco in tutta la cittadina: come il pittore-ceramista Galileo Chini e l'architetto Alfredo Belluomini.

Esempi di Art Nouveau da ammirare sono la struttura di pianta rettangolare che in origine ospitava il famoso Caffè Savoia, luogo di ritrovo per intellettuali e artisti dell'epoca; il Gran Caffè Margherita con le sue cupole ispirate al Siam, del 1929, frequentato da Giacomo Puccini e Arturo Toscanin; il Villino Chizzolini, del 1910, sul viale a mare; e ancora il Cinema Teatro Eden e i Magazzini Duilio 48, insieme al Bagno Balena.

Un tocco d'artista: la Pasticceria Patalani

A Viareggio si trova la Pasticceria Patalani, accogliente, in stile Liberty con un ombreggiato dehors che invita a sedersi e a gustare. Il percorso personale di Riccardo Patalani echeggia la città che lo circonda: terza generazione di fornai e pasticceri e oggi Maestro AMPI (Accademia Maestri Pasticceri Italiani), inizia da ragazzo a esprimere la sua creatività come artista e scultore del bronzo, per poi subentrare ai genitori nella pasticceria di famiglia.

Riccardo sceglierà di abbracciare la pasticceria con lo stesso entusiasmo ed estro che metteva nelle sue opere, realizzando tra l'altro maestose creazioni con il cioccolato (opere per cui è molto ricercato nella vicina e ricca di glamour Forte dei Marmi) con la stessa, accattivante manualità con cui lavorava le materie da scultore. Dal nonno materno con il forno - che era più appassionato di paste che di pane - alla madre che con il marito volle portare avanti la tradizione dolciaria del padre, la "vena dolce" è molto presente in famiglia.

Oggi portano la firma di Riccardo Patalani i bomboloni alla crema, che il Maestro propone non fritti con lo strutto, secondo tradizione, ma cotti al forno, assai più leggeri e digeribili ma sempre golosissimi, come lo sono i budini di riso, le bavaresi e le sfoglie, le brioche (lievito naturale e burro), le torte sia originali sia classiche da credenza, come le fantastiche Torta co' Bischeri (dove i bischeri sono le punte che caratterizzano la circonferenza di questo dolce) e Torta della Nonna, entrambe realizzate con gli eccezionali pinoli di San Rossore. Fortissima la volontà di celebrare le materie eccelse del territorio, che il Maestro Patalani trasforma in preparazioni impreziosite con, oltre i pinoli già citati, fragoline di bosco della Garfagnana, miele di spiaggia al profumo di camuciolo, fiori edibili della vicina località Torre del Lago. Impossibile resistere!

cod 87284

Patalani Bar Pasticceria
via Zanardelli 183/185 - 55049
Viareggio (Lu) - Tel 0584 47279
www.facebook.com/PasticceriaPatalani

CONSTANCE TSARABANJINA

L'ANIMA DEL MADAGASCAR IN UN RESORT TRA CIELO E MARE

Situata a nord del Madagascar, un'isola dove regna la natura più autentica. Il resort offre servizi e attività per ogni esigenza: dal benessere allo sport, dalle escursioni alle cene speciali in location scenografiche

Il Constance Tsarabanjina è un santuario custodito nell'Oceano Indiano a 40 minuti di barca dall'isola di Nosy Be a nord del Madagascar. Il resort, che durante la pandemia è stato oggetto di un importante restyling, è pronto ad accogliere nuovamente gli ospiti italiani nelle sue 25 ville eco-chic sulla spiaggia, ridecorate in stile coloniale, con magnifiche travi in mogano e complementi d'arredo semplici, realizzati con materiali naturali, scaldati dalle tonalità morbide e avvolgenti dei tessuti.

Benessere e relax in un luogo da sogno

Le novità non riguardano solo l'estetica, ma anche le esperienze proposte come, ad esempio, i raffinati set up studiati per cene speciali in spot scenografici: sulla spiaggia, tra le rocce, in collina o sotto una pittoresca pergola chiamata "Nido". Anche il wellness è

stato implementato con un nuovo spazio dove praticare lo yoga e un'ampia area relax, da cui godere della vista sulle acque turchesi e le maestose rocce vulcaniche.

Il ristorante e il bar con pavimento di sabbia hanno una forte connotazione locale e servono prevalentemente specialità malgasce, pesce fresco e aragoste. Il trattamento "all inclusive" permette di trascorrere una vacanza senza pensieri.

Escursioni, immersioni e snorkeling

A Tsarabanjina gli ospiti sono a contatto con la natura più autentica, tra foreste tropicali che pullulano di diverse specie di uccelli, acque turchesi e barriere coralline brulicanti di vita nell'arcipelago delle Mitsio. Oltre ad abbandonarsi al dolce far niente sulle tre abbaglianti spiagge dell'isola o rilassarsi con un massaggio aromatico alla Constance Spa tra le rocce, gli ospiti possono scoprire le profondità dell'Oceano Indiano grazie alle immersioni organizzate dal qualificato centro diving con istruttori Padi (Professional association of diving instructors) o facendo snorkeling dalla riva. Non mancano le escursioni in barca: dal birdwatching al pic-nic sull'isola deserta di Ankarea dove vedere maestosi baobab mentre si degusta il tè freddo di Tsarabanjina aromatizzato alla cannella, dalla ricerca delle balene nel canale del Mozambico fino a Nosy Komba per socializzare con i buffi lemuri.

PACCHETTO DI VIAGGIO TURISANDA

- Include: voli Neos a/r da MXP o FCO, trasferimenti, 7 notti di soggiorno in camera doppia South Beach Villa con trattamento All Inclusive, tasse, incrementi carburante, assicurazioni
- Quote a persona per partenze dal 1° giugno al 15 luglio: a partire da € 3.488
- Quote a persona per partenze in settembre: a partire da € 3.753

www.turisanda.it

L'isola dei cuori, dove molti ritornano più volte

Il Constance Tsarabanjina è un luogo speciale: l'isola ha un'energia ancestrale, che viene subito percepita non appena si sbarca. Qui la natura africana si manifesta in maniera profonda, tra tramonti infuocati e placide notti illuminate da stelle che sembrano specchiarsi nel mare per il fenomeno della bioluminescenza del plancton.

L'isola dei cuori - Instagram è pieno delle foto degli ospiti che mostrano pietre lisce a forma di cuore trovate sulla spiaggia - è pronta a fare nuove conquiste e a riabbracciare i tanti repeater che negli anni tornano più volte, anche dopo aver inciso il proprio nome sull'iconica plaquette (targhetta con nomi e date di chi ha soggiornato al resort almeno 3 volte).

cod 86788

Constance Tsarabanjina Madagascar
Tsarabanjina island BP 380 Helville 2007, 501 - Madagascar - Tel +261 32 0515229
www.constancehotels.com

Italia a Tavola

NETWORK DI COMUNICAZIONE MULTIMEDIALE

Edizioni Contatto srl unipersonale
via Piatti, 51 · 24030 Mozzo (Bg)

Direttore responsabile
Alberto Lupini · alberto.lupini@italiaatavola.net

Redazione
Tel 035 460563 · 351 8391052 · redazione@italiaatavola.net

Matteo Scibilia (*responsabile scientifico*) · matteoscibilia2013@virgilio.it
Gabriele Ancona (*vicedirettore*) · gabriele.ancona@italiaatavola.net
Lucio Tordini (*coordinatore di redazione*) · lucio.tordini@italiaatavola.net
Piera Genta (*inviata*) · pieragenta@libero.it
Jenny Maggioni (*redattore*) · jenny.maggioni@italiaatavola.net
Martino Lorenzini (*redattore*) · martino.lorenzini@italiaatavola.net
Gianluca Pirovano (*redattore*) · gianluca.pirovano@italiaatavola.net
Elisabetta Passera (*segreteria di redazione*) · redazione@italiaatavola.net
Brian Vavassori (*segreteria di redazione*) · brian.vavassori@italiaatavola.net
Riccardo Melillo (*grafica e impaginazione*) · riccardo.melillo@italiaatavola.net
Alessandro Venturini (*Seo & Web manager*) · alessandro.venturini@italiaatavola.net

Comitato scientifico
Giorgio Antonio Donegani, **Massimo Artorige Giubilesi**, **Sergio Mei**, **Matteo Scibilia**

Editore
Mariuccia Passera · mariuccia.passera@italiaatavola.net

Amministrazione
segreteria@italiaatavola.net

Pubblicità, eventi e marketing
Tel 035 615370 · 351 8391052 · direzionecommerciale@italiaatavola.net
Andrea Lupini (*direttore commerciale e iniziative speciali*) · andrea.lupini@italiaatavola.net
Laura Miedico (*responsabile direzione commerciale*) · laura.miedico@italiaatavola.net
Ivana Frosio · ivana.frosio@italiaatavola.net · **Livia Gerosa** · livia.gerosa@italiaatavola.net
Daniele Cipollina (*agente per Calabria e Sicilia*) · d.cipollina@advmaiora.it

Corrispondenti di zona (*per contatti telefonici consultare il sito*)

Piemonte, Liguria e Valle d'Aosta **Piera Genta** · pieragenta@libero.it
Lombardia orientale **Renato Andreolassi** · renato.andreolassi@alice.it
Pavia-Piacenza **Stefano Calvi** · s.calvi@ilquattro.it
Veneto **Giulia Marruccelli** · gmarruccelli@yahoo.it
Belluno-Bolzano-Trento **Lina Pison** · linapison@gmail.com
Friuli Venezia Giulia **Liliana Savioli** · lilli_sa@hotmail.com
Emilia Romagna **Giuseppe De Biasi** · dbpino60@gmail.com
Toscana e Umbria **Alessandro Maurilli** · a.maurilli@almapress.net
Claudio Zeni · zeniclaudio@alice.it
Lazio **Mariella Morosi** · mariellamorosi@hotmail.com
Marche e Abruzzo **Benedetta Gandini** · b.gandini22@gmail.com
Carla Latini · carla@carlalatini.com
Campania e Molise **Vincenzo D'Antonio** · vincenzo.dantonio@italiaatavola.net
Puglia **Sandro Romano** · sralessandroromano@gmail.com
Calabria **Tommaso Caporale** · dodicialitro@gmail.com
Sicilia **Gianni Paternò** · giopate@libero.it
Piero Rotolo · pierotolo@tin.it
Antonio Iacona · direttore@charmatmagazine.it
Sardegna **Roby Rossi** · roberto-rossi@hotmail.it
Svizzera (Canton Ticino) **Rocco Lettieri** · simpatico.melograno@tin.it

Giugno 2022 · anno XXXVI · n. 299 - Italia a Tavola è una rivista di aggiornamento professionale e cultura enogastronomica per l'Horeca. Si occupa di food service, alberghi, ristoranti, pizzerie, pasticcerie, bar, turismo, travel, wellness e salute, con attenzione particolare ai professionisti, agli enti, alle aziende e alle associazioni del settore in tutta Italia.

Collaboratori di questo numero
Luca Bassi, Fausto Borella, Tiziana Colombo, Giuseppe Cristini, Sal De Riso, Enrico Derflingher, Fabio Di Pietro, Bernardo Ferro, Francesco Guidugli, Ezio Indiani, Carmine Lamorte, Giorgio Lazzari, Roberto Lestani, Angelo Musolino, Serena Pironi, Paolo Porfidio, Rocco Pozzulo, Guido Ricciarelli, Rita Roselli, Enrico Rota, Giacomo Rubini, Toni Sarcina, Francesca Tagliabue, Eros Teboni

Foto gettyimages® 2022 - Italia a Tavola

- Quotidiano online www.italiaatavola.net
- Mensile cartaceo
- Mensile digitale
- Le Newsletter settimanali via mail
- Le newsletter quotidiane su WhatsApp e Telegram
- La Web TV
- Social network con oltre 240.000 utenti
- La APP Italia a Tavola
- Gli aggregatori di notizie

SEGUICI SU:

ABBONATI

Tariffe per l'abbonamento annuale:
Abbonamento nazionale € 39,00.
Per sottoscrivere il tuo abbonamento a 10 numeri della rivista e scegliere la modalità di pagamento che preferisci (online, bollettino postale, bonifico ecc.) visita il sito www.italiaatavola.net/abbonamenti
Abbonamento estero € 99,00

PARTNER DI:

FIC Federazione Italiana Cuochi

Euro-Toques Italia

itchefs-GVCI Gruppo Virtuale Cuochi Italiani

Conpait Confederazione Pasticceri Italiani

AMPI Accademia Maestri Pasticceri Italiani

Federazione Internazionale Pasticceria Gelateria Cioccolateria

Noi Di Sala Camerieri, Maitre e Sommelier

Amira Associazione Maîtres Italiani Ristoranti ed Alberghi

Ada Associazione Direttori Albergo

European Hotel Managers Association

Solidus I professionisti dell'ospitalità italiana

ABI Professional Associazione Barmen Italiani

Avpn Associazione Verace Pizza Napoletana

Apn Associazione Pizzaiuoli Napoletani

Ristoranti Regionali Cucina DOC

Movimento Turismo del Vino

Associazione Italiana Sommelier

Streetfood Project

Accademia del Tartufo nel Mondo

Il Mondo delle Intolleranze

IFSE Italina Food Style Education

Saps Agnelli Cooking Lab

Ika Italian Kitchen Academy - Roma

Registrazione del Tribunale di Bergamo n. 39 del 21/11/88
Iscrizione al Roc (Registro degli operatori di comunicazione) n.10548. Chiuso il 1 giugno 2022